Études

Étude réalisée
à la demande de
l'Office
des professions
du Québec

Gérald LeBlanc et André Lemelin

La réglementation des honoraires professionnels et la protection du public

5-3769/

Études

Étude réalisée
à la demande de
l'Office
des professions
du Québec

Gérald LeBlanc et André Lemelin

La réglementation des honoraires professionnels et la protection du public

Québec, août 1984

Dépôt légal - 3e trimestre 1984
Bibliothèque nationale du Québec
ISBN 2-550-11334-9

PLAN

Avant-propos..... VII

1. Introduction..... 1

1.1 Objet de l'étude..... 3

1.2 L'importance des services professionnels au Québec... 4

PREMIÈRE PARTIE : La protection du public consommateur de services professionnels..... 11

2. Le rôle de l'information dans la relation entre le professionnel et son client..... 13

2.1 Introduction..... 13

2.2 Analyse des transactions sur les marchés des services professionnels..... 15

2.2.1 Fondements d'une typologie des transactions... 15
(i) Généralités..... 15
(ii) Incertitude-complexité..... 15
(iii) Engagement irréversible de ressources... 17
(iv) Fréquence des transactions..... 19
(v) Résumé..... 20

2.2.2 Caractérisation des transactions portant sur des services professionnels..... 21
(i) Les services professionnels en tant qu'actes..... 21
(ii) Le rôle conseil du professionnel..... 24
(iii) Le caractère personnel de certains services professionnels..... 27
(iv) L'information de marché sur les services professionnels..... 29
(v) Synthèse..... 32

2.3 Théorie économique des marchés où l'information est coûteuse..... 34

2.4 Conclusion : les besoins de protection du public.... 44

3. Études empiriques : un survol de la littérature récente .. 47

3.1 Limites du survol 47

3.2 Les revenus des professionnels et le rendement sur leur investissement en capital humain..... 49

3.3 L'ajustement de l'offre : migration géographique et nouvelles promotions du système d'enseignement..... 53

3.4 La question de la publicité..... 55

3.5 Le prix des services professionnels..... 58

3.6 La qualité des services professionnels..... 60

3.6.1 La compétence inégale des professionnels..... 61

3.6.2 Le bien-être de la population dans son ensemble..... 62

3.6.3 Qualité des actes professionnels..... 63

3.7 Les méthodes de production..... 68

3.8 Conclusions..... 70

DEUXIÈME PARTIE : Déréglementation, protection du public et marchés contestables..... 73

4. Similitudes et différences de la réglementation dans trois secteurs d'activité..... 75

4.1 Introduction..... 75

4.2 Réglementation..... 76

4.2.1 Organismes de réglementation..... 76

4.2.2 Instruments et formes de la réglementation.... 81

4.3 Comparaisons..... 87

4.4 Conclusion..... 91

5. Marchés contestables et marchés de services professionnels..... 93

5.1 Introduction..... 93

5.2 Définition et propriétés des marchés contestables.... 94

5.2.1 Définition..... 94

5.2.2 Propriété des marchés contestables..... 101

5.2.3 Implications de politique économique..... 102

5.3 Services professionnels et marchés contestables..... 105

5.4 Conclusion..... 118

TROISIEME PARTIE : Vers une réforme de la réglementation des services professionnels..... 121

6. Le processus de la réglementation et la protection du public..... 123

6.1 Introduction : le choix d'un cadre réglementaire..... 123

6.2 Théories de la réglementation et de l'auto-réglementation..... 126

6.2.1 Introduction..... 126
6.2.2 Théories de la réglementation..... 130
(i) Théorie de l'intérêt public..... 130
(ii) Théorie du noyautage (capture theory). 133
(iii) La théorie économique de la réglementation..... 135

6.2.3 Théories de l'auto-réglementation..... 139
(i) Introduction..... 139
(ii) Théorie de la protection du producteur..... 140
(iii) Théorie des phases politiques..... 141
(iv) Conclusion..... 142

7. Synthèse et recommandations..... 143

7.1 Synthèse..... 143

7.2 Remarques complémentaires à propos de la répartition territoriale des services professionnels 145

7.3 Recommandations..... 152

7.3.1 Une revue critique de la réglementation des marchés des services professionnels..... 152

7.3.2 Le noeud qualité-prix : une prise de position en faveur de la concurrence..... 156

7.3.3 Recommandations particulières..... 159

Références..... 163

AVANT-PROPOS

La tarification des honoraires professionnels est un sujet qui préoccupe l'Office des professions depuis plusieurs années. Déjà en 1977, il considérait dans un important rapport [1] que "la protection du public n'exige pas qu'au nom de la qualité des services, l'on se substitue à l'initiative des parties au contrat de services professionnels et que l'on décide à leur place du prix de ce service, par quelque type de tarif que ce soit". L'Office émettait conséquemment l'avis que "la meilleure intervention qui puisse se faire sur les prix des services professionnels consiste à soumettre ces prix aux règles de concurrence d'un marché"...

Les discussions suscitées par l'acceptation récente par le Gouvernement de la tarification des honoraires professionnels des notaires a relancé le débat. L'Office est toujours convaincu que la tarification des honoraires professionnels n'est pas, sauf exceptions, la mesure qui maintiendra dans l'intérêt du public des prix justes et raisonnables pour les services professionnels [2].

Pour mettre à jour son argumentation à cet égard, l'Office a demandé aux auteurs du présent rapport de vérifier si la théorie économique actuelle et les études empiriques effectuées dans le domaine des services professionnels confirment ou infirment sa position.

Nous tenons à remercier Messiers LeBlanc et Lemelin pour la qualité du travail qu'ils ont accompli et pour avoir même débordé quelque peu leur mandat en nous introduisant à une intéressante analyse critique de la réglementation professionnelle, vue dans la perspective de la protection du public.

Le président,

ANDRÉ DESGAGNÉ

---

1 Office des professions du Québec, La réglementation des honoraires professionnels dans la pratique privée, Québec, l'Office, juin 1977, 319 pages.

2 Office des professions du Québec, Avis au ministre responsable de l'application des lois professionnelles concernant le projet de refonte du tarif des honoraires des notaires, Québec, l'Office, septembre 1979, 41 p. et annexes (non publié).

«The danger is that our discussion will tend to concentrate on (...) court opinions (...) and that, as a result, we will be led to adopt the approach to the regulation of markets found congenial by the courts, rather than one developed by economists, a procedure which already has gone a long way to ruin public utility economics and has done much harm to economic discussion of monopoly problems generally».
(Coase, 1974, p. 384)

INTRODUCTION

1. INTRODUCTION

1.1 Objet de l'étude

La présente étude, conformément aux mandats donnés aux auteurs par l'Office des professions du Québec, vise à évaluer l'impact de la réglementation des honoraires professionnels, du point de vue de l'intérêt du public consommateur de services.

Nos réflexions théoriques et notre inventaire des travaux empiriques nous ont conduit à une conclusion sans équivoque : dans la quasi-totalité des cas, la réglementation des honoraires professionnels n'est pas nécessaire à la protection du public. Pourtant, c'est bien au nom de la protection du public que certaines corporations professionnelles prétendent qu'une telle réglementation est indispensable.

Puisque les études empiriques démontrent en outre que les professionnels réglementés jouissent d'avantages économiques très nets aux dépens du public, nous croyons que le fardeau de la preuve d'intérêt public devrait reposer sur les épaules de ceux qui réclament le privilège de voir leurs activités protégées par la réglementation. Dans l'argumentation des professions, pourtant, on constate une faiblesse étonnante du lien entre la réglementation proposée et les besoins de protection du public[1].

Mais c'est nous qui sommes dans la position de challengeurs : nous prenons donc à notre charge le fardeau de la preuve. Or nous affirmons que la réglementation des honoraires professionnels

---

1. En particulier, à propos de la question de la publicité, voir Laplante et Sauvageau (1982).

n'est pas nécessaire à la protection du public. Notre démonstration exige donc que nous identifiions d'abord les besoins de protection du public.

C'est ainsi que, dans la première partie du rapport, nous analysons les besoins de protection du public dans le contexte de la relation entre le professionnel et son client (Chapitre 2); ensuite, nous faisons un inventaire sommaire des recherches empiriques sur les effets de la réglementation des marchés de services professionnels (Chapitre 3). Dans la seconde partie, nous comparons la réglementation des services professionnels avec celle qui se pratique dans deux autres secteurs d'activité, où l'on observe depuis quelque temps une tendance à la déréglementation (Chapitre 4); puis, nous présentons un exposé succinct de la théorie des marchés contestables, fondement analytique des propositions de déréglementation, pour voir comment cette théorie peut s'appliquer aux marchés des services professionnels (Chapitre 5). Dans la troisième partie, nous discutons de la relation entre la protection du public et le processus de réglementation (ou d'auto-réglementation), pour déboucher enfin sur des recommandations (Chapitre 7). Quant au reste du présent chapitre, il est consacré à la présentation de quelques chiffres illustrant l'importance des services professionnels au Québec.

1.2 L'importance des services professionnels au Québec

D'après le Rapport annuel 1981-82 de l'Office des professions du Québec, il y avait au Québec, au 31 mars 1981, 39 corporations professionnelles pour un nombre total de membres de 167 864, ce qui représentait un accroissement de 23,6 % par rapport aux chiffres du 31 mars 1977. Notons qu'à part la corporation des

technologues en sciences appliquées, qui comptait 6 407 membres au 31 mars 1981, il ne semble pas y avoir eu création de nouvelles corporations depuis mars 1977.

Compte tenu des implications juridiques et économiques de la distinction entre les corporations d'exercice exclusif et celles à titre réservé, il est utile de remarquer qu'au 31 mars 1981, 21 corporations étaient d'exercice exclusif et 18, à titre réservé. Toutefois, bien qu'il y avait presqu'autant de corporations de chaque type, le nombre de membres ayant l'un ou l'autre privilège est très différent : les corporations d'exercice exclusif avaient au total presque trois fois plus de membres que celles à titre réservé. Plus précisément, au 31 mars 1981, 123 513 professionnels, soit 73,6 % de tous les professionnels inscrits à une profession, possédaient, en plus du titre réservé, le droit exclusif de poser certains actes; dans le cas des professionnels à titre réservé, leur nombre est de 44 351 membres (26,4 %). Bien qu'il y ait un écart substantiel entre le nombre de professionnels des deux types, il est à noter que depuis 1976-77, il y a eu un accroissement, en pourcentage, plus grand pour les professionnels à titre réservé que pour ceux d'exercice exclusif : 59,2 % contre 23,9 % d'accroissement. En nombre absolu, toutefois, les professionnels d'exercice exclusif ont néanmoins crû davantage que ceux à titre réservé (23 870 professionnels contre 16 493 professionnels). Finalement, compte tenu de la décision de l'Office de ne pas recommander que des corporations à titre réservé soient converties en corporations d'exercice exclusif (cf. pages 8 et 9 du Rapport annuel), il est à prévoir que le nombre de professionnels à titre réservé devrait croître plus rapidement au cours des prochaines années que celui des professionnels d'exercice exclusif.

Les professionnels membres des corporations exercent évidemment leurs activités dans un grand nombre de secteurs. L'Office des professions regroupe ces secteurs sous quatre grandes catégories, à savoir les secteurs de la «santé», du «génie et de l'aménagement», du «droit, de l'administration et des affaires» et finalement celui des «relations humaines». Nous allons illustrer dans le tableau suivant, l'importance relative de chacune de ces catégories, en distinguant les corporations d'exercice exclusif de celles à titre réservé. Toutes les données sont du 31 mars 1981.

Tableau 1.1

Secteurs d'activités	Corporations Exer. excl.		Titre rés.		Total		% par rapport à l'ensemble	
	N	Membres	N	Membres	N	Membres	N	Membres
Santé	12	74 357	8	24 400	20	98 757	51,2	58,8
Génie et aménagement	6	30 360	3	7 572	9	37 932	23,0	22,6
Droit, admin., affaires	3	18 796	4	6 658	7	25 454	18,0	15,2
Relations humaines	-	-	3	5 721	3	5 721	7,8	3,4
Total	21	123 513	18	44 351	39	167 864	100,0	100,0

La structure corporative et l'importance relative varient beaucoup d'un secteur d'activités à l'autre, bien qu'il semble y avoir une relation positive entre le nombre de professionnels dans un secteur donné et le nombre de corporations d'exercice exclusif. Ainsi, le secteur de la santé est de loin le domaine d'activité contenant le plus de professionnels; c'est également dans ce secteur que nous retrouvons le plus grand nombre de corporations

d'exercice exclusif. Ces chiffres sont encore plus révélateurs si nous dégonflons le secteur de la santé de la corporation «infirmières et infirmers» qui, au 31 mars 1981, contenait 48 896 membres; en effet, nous nous retrouvons avec 11 corporations d'exercice exclusif pour 25 461 professionnels comparativement à 6 corporations d'exercice exclusif pour un peu plus de 30 000 membres dans le secteur du «génie et aménagement». Par contre, c'est également dans le secteur de la santé que nous retrouvons le plus grand nombre de corporations à titre réservé et également le plus grand nombre de membres. A l'opposé, le secteur des relations humaines (essentiellement les travailleurs sociaux, les psychologues et les conseillers d'orientation) ne contient aucune corporation d'exercice exclusif; c'est également ce secteur qui a l'importance la plus faible des quatre secteurs retenus.

Le mandat de l'Office des professions du Québec l'empêche de déterminer les tarifs des professionnels qui sont liés avec l'État par une convention collective ou une autre entente de même nature. En d'autres termes, l'Office a droit de regard sur les tarifs imposés par les professionnels qui sont en pratique privée et dont les activités ne sont pas régies par ce qui précède; même dans un tel contexte, nous savons que d'autres lois ont préséance, telle la Loi de l'Administration financière, celle de l'Aide juridique, celle de l'Assurance maladie et finalement celle du Ministère de l'Agriculture.

Dans cette dernière partie de notre description de l'importance des services professionnels au Québec, nous allons chercher à quantifier le nombre total de professionnels dont les tarifs sont susceptibles de tomber sous la juridiction de l'Office. Pour ce faire, déterminons en premier lieu le nombre de professionnels qui exercent en pratique privée. Compte tenu des informations dont nous disposons et des contraintes de temps, nous avons utilisé

les pourcentages[1] qui apparaissent au Tableau 3 du Rapport de l'Office des professions du Québec[2] que nous avons appliqués aux effectifs professionnels disponibles au 31 mars 1981. De plus, nous avons fait l'hypothèse qu'aucun des technologues des sciences appliquées n'exerce en pratique privée. Compte tenu de ces hypothèses, nous pouvons déduire les chiffres suivants, par secteurs d'activités.

i) Dans le secteur de la santé, 17 474 membres sur 74 357 professionnels ayant un droit d'exercice exclusif exercent en pratique privée, soit un taux moyen de 23,5 %. Si nous excluons la corporation des infirmières et infirmiers, dont 99 % n'exercent pas en pratique privée, les chiffres précédents se ramènent à 17 000 et 66,8 % respectivement.

Par contre, lorsque nous considérons les corporations à titre réservé, nous trouvons que 98 % des membres de ces corporations n'exercent pas en pratique privée; en d'autres termes, moins de 500 professionnels exercent leur profession en clinique privée.

ii) Dans le secteur génie et aménagement, 5 465 professionnels membres de corporations d'exercice exclusif, exercent en pratique privée, soit 18 % de tous les professionnels ayant ce privilège. De la même manière, un peu plus de 500 professionnels (530 pour être plus exact), membres de corporations à titre réservé, exercent en pratique privée, soit environ 7 % des professionnels de ces corporations. En fait, si nous excluons les urbanistes et les évaluateurs agréés, dont un pourcentage important exerce en

---

1. Nous n'avons d'ailleurs pas de raison de croire que ces pourcentages se soient modifiés substantiellement au cours de la période.
2. La réglementation des honoraires professionnels dans la pratique privée, Office des professions, 3e trimestre 1977.

pratique privée, un très fort pourcentage des autres professionnels à titre réservé n'exercent pas en pratique privée, cette conclusion étant valable pour tous les secteurs considérés.

iii) Dans le secteur droit, administration et affaires, 10 770 professionnels d'exercice exclusif exercent en pratique privée. Par contre, 90 % des professionnels des corporations à titre réservé n'exercent pas en pratique privée; donc, seulement 666 membres exercent en pratique privée.

iv) Finalement, dans le secteur des relations humaines, 95 % des membres n'exercent pas en pratique privée; donc, seulement 286 membres exercent en pratique privée, la quasi-totalité étant des psychologues.

Au total, environ 33 700 professionnels d'exercice exclusif exercent en pratique privée, pour un pourcentage moyen de 21 %, contre seulement 1982 professionnels ayant un titre réservé, soit un pourcentage moyen de 4,5 %.

Ces données sont bien entendu des bornes supérieures. Par exemple, si nous faisons l'hypothèse supplémentaire que tous les médecins exerçant en pratique privée, soit 9 668 médecins au 31 mars 1981, sont régis par une entente avec le gouvernement, le nombre de professionnels d'exercice exclusif dont les tarifs sont susceptibles d'être contrôlés par l'Office, se ramène donc à 24 032 personnes. Nous pourrions également augmenter la liste avec les optométristes et les dentistes, du moins pour une partie de leurs actes professionnels. De plus, plusieurs des professionnels d'exercice exclusif et à titre réservé font affaire pour une part importante de leur activité avec les gouvernements provinciaux et fédéral; nous pensons entre autres aux arpenteurs-géomètres, aux agronomes, aux évaluateurs agrégés, aux

urbanistes et, dans une moindre mesure, aux architectes. Pour ces professionnels, il y a de fortes chances qu'ils soient sujets à des lois comme celle du Conseil du Trésor ou que souvent ils doivent offrir leurs services via des soumissions publiques.

Bien qu'avec l'information dont nous disposons il soit difficile de porter un jugement définitif sur la question, il nous apparaît que le nombre de professionnels qui sont en contact avec de «petits consommateurs» et qui peuvent fixer librement leur tarif n'est pas très grand (relativement à l'ensemble des professionnels). Toutefois, ces professionnels se retrouvent principalement dans un petit nombre de corporations. Il nous apparaîtrait intéressant que l'Office entreprenne une étude approfondie sur les marchés ouverts aux professionnels afin de déterminer, entre autres, si la structure actuelle d'autoréglementation est le mode de moins coûteux pour atteindre les objectifs que l'Office s'est fixés et en particulier celui de la protectior du public.

PREMIÈPE PARTIE

LA PROTECTION DU PUBLIC-CONSOMMATEUR DE SERVICES PROFESSIONNELS

2. LE ROLE DE L'INFORMATION DANS LA RELATION ENTRE LE PROFESSIONNEL ET SON CLIENT

2.1 Introduction

C'est la protection du public, apparentée à la notion juridique d'intérêt public, qui donne à la réglementation des services professionnels sa légitimité. Or, les discussions sur la nécessité et les modalités de cette protection du public font presque toujours référence au caractère particulier de la relation entre le professionnel et son client. Le but du présent chapitre est donc de décortiquer cette relation pour voir :

- en quoi cette relation est différente de la plupart des relations marchandes de notre société;
- quelles sont précisément les raisons pour lesquelles le public a besoin d'être protégé.

Cette analyse sert de préparation à la discussion, au chapitre 7, de la meilleure façon d'assurer la protection du public.

Avant d'entrer dans le vif du sujet, il sied cependant d'établir quelques conventions de vocabulaire. D'abord la relation entre le professionnel et son client, du point de vue économique, est une transaction. Dans cette transaction, c'est un service professionnel qui fait l'objet de l'échange : le professionnel rend un service contre rémunération, il vend un service à un consommateur, son client, qui l'achète[1]. En outre, le professionnel est généralement le producteur du service qu'il

---

1. Nous faisons abstraction, dans ce rapport, des transactions tripartites, fréquentes dans le domaine de la santé, où ce n'est pas le consommateur mais un tiers, l'État, qui rémunère le professionnel.

vend[1]. Son activité productive est constituée par les actes professionnels qu'il pose. L'ensemble des producteurs et des consommateurs qui sont susceptibles de s'échanger un service donné constituent le marché de ce service.

Le thème central de notre étude de la relation entre le professionnel et son client est le rôle de l'information. Nous croyons que c'est cet aspect de la relation qui constitue la clé pour en identifier les caractères spécifiques et y repérer les problèmes de protection du public.

Pour analyser le rôle de l'information, nous procédons en deux étapes. D'abord, nous faisons l'analyse des transactions portant sur des services professionnels (section 2.2) : nous proposons trois critères sur lesquels fonder une typologie des transactions; puis, nous examinons l'interaction de ces caractéristiques, du point de vue du rôle de l'information dans la transaction; il en ressort enfin ce qu'on pourrait appeler une pathologie des transactions, où sont clairement définis les besoins de protection du public. Comme deuxième étape, nous examinons les problèmes précédemment identifiés, à la lumière de la théorie économique des marchés où l'information est coûteuse.

---

1. Toutefois, nous verrons au chapitre 5 qu'il arrive souvent qu'un service professionnel soit vendu conjointement avec un bien (e.g. lunettes) ou avec d'autres services qui ne sont pas nécessairement tous produits par le même professionnel.

2.2 Analyse des transactions sur les marchés des services professionnels

2.2.1 Fondements d'une typologie des transactions

(i) Généralités

Quels attributs fondamentaux suffisent à caractériser une transaction ? On peut répondre à cette question à l'aide de l'analyse économique des coûts de transaction, telle que développée par Williamson (1979). Dans son essai, Williamson (1979, p. 246) énumère ce qu'il appelle les «dimensions critiques pour la description des relations contractuelles» :

- incertitude-complexité
- engagement irréversible de ressources
- fréquence des transactions

(ii) Incertitude-complexité

Williamson (1975) assimile incertitude et complexité de l'environnement quant à leurs effets sur les transactions et le fonctionnement des marchés. Dans les deux cas, en pratique, l'information dont disposent les participants a priori est incomplète; et en acquérir davantage comporte un coût, parfois prohibitif. Pour marquer cette similitude, nous parlerons donc d'incertitude-complexité.

Mais encore faut-il, pour caractériser une transaction, spécifier qui manque d'information sur quoi.

Qu'est-ce qui, dans l'environnement, est incertain ou complexe ? D'abord, l'avenir en général : plus la réalité à laquelle on s'intéresse est large et plus l'avenir que l'on scrute est lointain, moins grande est la confiance avec laquelle on peut

prédire. Il peut aussi arriver que l'avenir immédiat d'une réalité plus étroite soit incertain : le professionnel lui-même n'est pas toujours certain, au moment où il pose un acte, qu'il obtiendra le résultat recherché. Mais il n'y a pas que l'avenir qui soit incertain. La réalité présente est souvent trop complexe pour que l'on puisse saisir parfaitement et sans coût l'état de la situation : lorsqu'un professionnel analyse un «cas», ou lorsqu'il cherche à déterminer s'il a obtenu un résultat désiré, il doit y consacrer de son temps et, le plus souvent, d'autres ressources; en outre, il n'arrivera pas toujours à une certitude complète[1]. Il y a enfin un aspect particulier de l'incertitude-complexité du présent qui doit être mentionné ici, puisqu'il en sera question ci-après, en 2.2.2 (i) : il s'agit de la difficulté pour un observateur d'évaluer l'activité productive d'une autre personne (compétence et effort)[2].

En plus de définir ce que c'est qui est incertain ou complexe, il faut en outre spécifier qui est touché par l'incertitude-complexité de l'environnement. Car il y a au moins deux parties à une transaction : ont doit donc distinguer entre les situations symétriques et asymétriques. Dans une situation symétrique, l'état d'information des deux parties est le même : il s'agit alors de décider de la part de risque à assumer par chaque

---

1. D'ailleurs, c'est souvent l'impossibilité de saisir parfaitement la réalité présente qui fait que l'avenir est incertain, lorsque, pour reprendre le jargon philosophique, l'avenir existe déjà en puissance dans le présent.
2. Alchian et Demsetz (1972) ont analysé ce problème par rapport à l'organisation de la coopération à des fins productives. Ils y ont vu une explication du rôle central de l'entrepreneur dans la firme et de la rareté des contrats multipartites de travail coopératif. Mais ils ont aussi décrit quelles étaient les conditions favorables à une association de pairs, et quelles était les limites de ce mode d'organisation; voir à ce sujet la dicussion de l'article de Leibowitz et Tollison (1980), ci-après en 3.6.

partie. Dans une situation asymétrique, par contre, l'une des parties est mieux informée que l'autre : la partie mieux informée détient alors un avantage sur l'autre, ce qui complique la transaction.

En ce qui concerne les services professionnels, il y a une asymétrie inhérente au statut du professionnel : nous analyserons en 2.2.2 (ii) le rôle du savoir dans la relation entre le professionnel et son client. Signalons aussi que c'est justement l'asymétrie qui fait problème lorsque, tel qu'évoqué ci-haut, une transaction intervient entre deux parties, dont l'une doit évaluer l'activité productive de l'autre.

iii) Engagement irréversible de ressources

Une transaction implique un engagement irréversible de ressources lorsque sa conclusion ou son exécution met en jeu des ressources dont la valeur, par le fait même, devient liée à l'exécution de cette transaction, c'est-à-dire à l'identité des parties concernées. Les exemples de telles transactions sont nombreux.

Ainsi, considérons une usine qui utiliserait l'énergie thermique produite par un incinérateur[1] : non seulement le raccordement entre les deux usines, mais, à cause de la nécessaire proximité des sites, l'ensemble des installations constituent des ressources engagées de façon irréversible (du moins en partie). La valeur de l'usine utilisatrice dépend de la disponibilité de l'énergie thermique produite par l'incinérateur et, réciproquement, la valeur de l'incinérateur dépend de l'acceptation de son énergie thermique par le client privilégié que constitue l'usine.

---

1. C'est le cas de la société des Papiers Reed et de l'incinérateur municipal de Québec.

Les ressources ainsi engagées de façon irréversible ne sont pas toujours du capital physique (bâtiments et équipement), même dans les transactions industrielles. Il s'agit encore plus fréquemment de capital humain : lorsque l'exécution d'une transaction exige au préalable un apprentissage spécifique, les ressources (temps et autres) consacrées à cet apprentissage sont un investissement en capital humain. Dans la mesure où les aptitudes ainsi acquises ont moins d'utilité en dehors de cette transaction, la valeur du capital humain qu'elles représentent dépend de l'exécution de la transaction.

En outre, lorsque la relation entre les parties a une certaine durée, il se crée généralement des économies de communication : langage commun, rapports de confiance mutuelle, etc. Ces économies de communication constituent un patrimoine (un capital) commun aux deux parties, patrimoine qui perd toute valeur en dehors de leur relation.

Dans le cas qui nous intéresse, celui de la relation entre un professionnel et son client, les investissements spécifiques en capital humain et les économies de communication sont souvent d'une importance cruciale. Ainsi, tout le temps passé par le client à transmettre au professionnel l'information pertinente sur son «cas», de même que tout le temps passé par le professionnel à prendre connaissance du dossier et à l'analyser, sont des engagements irréversibles de ressources. Nous traiterons de cet aspect en 2.2.2 (iv). De plus, nous verrons en 2.2.2 (iii) que le caractère personnel de certains services professionnels implique pour le professionnel et surtout pour son client un engagement irréversible.

Sous le titre «The Economics of Idiosyncrasy», Williamson (1979) analyse les implications de l'engagement irréversible de

ressources. Le point central de son analyse, c'est qu'une fois engagées dans la transaction, les ressources acquièrent une valeur (une productivité) plus grande que dans toute autre utilisation[1]. Il s'ensuit que la valeur de revente de ces ressources sur le marché est inférieure à leur valeur pour les parties impliquées, qui sont ainsi liées l'une à l'autre : c'est ce que Williamson (1979) appelle «nonmarketability problems». Il voit là la raison d'être des arrangements contractuels («structures for the governance of contractual relations») qui s'écartent du droit classique : ces arrangements donnent aux parties une protection suffisante pour qu'elles acceptent d'engager leurs ressources, sans leur imposer le fardeau d'un contrat trop compliqué.

(iv) Fréquence des transactions

Par «fréquence des transactions», on entend le nombre potentiel d'échanges entre les deux mêmes parties; ces échanges peuvent avoir pour objet, soit exactement le même bien ou service (transactions identiques répétées), soit des biens ou des services d'une catégorie bien définie.

Williamson (1979) s'attache particulièrement au cas d'une chaîne de transactions, échelonnées dans le temps, mais dont chacune doit être adaptée aux circonstances. Il montre qu'étant donné l'incertitude des circonstances futures, les transactions de ce type, lorsqu'elles exigent un engagement irréversible de ressources, sont souvent celles qui sont régies par les structures les plus élaborées.

---

1. Ne fût-ce qu'à cause du coût du transfert de ces ressources à un autre producteur, ou de leur adaptation à un autre client.

Dans le cadre du présent essai, nous retiendrons plutôt les effets de la fréquence des transactions sur l'information de marché (voir 2.2.2 (iv)). Lorsque ses transactions sont fréquentes, un consommateur accumule de l'expérience dans la recherche d'un fournisseur : à mesure qu'il acquiert cette expérience, la recherche d'un fournisseur devient de moins en moins coûteuse. Et réciproquement, la recherche d'un fournisseur est plus rentable si elle peut être amortie sur un grand nombre de transactions futures.

(v) Résumé

Dans les paragraphes qui précèdent, nous avons décrit trois attributs fondamentaux qui suffisent à caractériser une transaction :

- incertitude-complexité
- engagement irréversible de ressources
- fréquence des transactions

Ces critères nous permettrons, en 2.2.2, de faire ressortir en quoi la relation entre le professionnel et son client est différente des autres relations marchandes. Qui plus est, les critères proposés peuvent servir à établir les distinctions qui s'imposent entre professions, et même entre les divers services rendus par les membres d'une même profession. Ainsi, nous pourrons étudier de façon différenciée les besoins de protection du public.

2.2.2 Caractérisation des transactions portant sur des services professionnels

(i) Les services professionnels en tant qu'actes

Les services professionnels, comme leur nom l'indique, sont une catégorie particulière de services. Or, l'une des caractéristiques de la fourniture d'un service, c'est qu'elle ne correspond pas à la production d'un bien matériel. Voyons quelles sont les implications de cette «immatérialité».

D'abord, il est révélateur que, selon le dictionnaire consulté, «service» soit défini tantôt comme une activité (Robert), tantôt comme le résultat de cette activité (Larousse). De fait, certains services (transport de marchandises, par exemple) produisent des résultats aux dimensions physiques clairement spécifiées; ces résultats sont parfaitement mesurables et l'«immatérialité» de tels services est plus philosophique qu'économique. Mais tel n'est pas toujours le cas : il y a des services dont le résultat n'est pas parfaitement prévisible au moment de la production du service.

L'incertitude-complexité du résultat recherché peut avoir plusieurs causes. D'abord si le résultat recherché se situe dans un futur lointain, il est incertain comme l'est l'avenir en général. Ensuite, la complexité de la réalité présente peut rendre le résultat coûteux à observer (à la limite inobservable, c'est-à-dire dont l'observation est d'un coût prohibitif)[1]. Enfin, il arrive que le résultat recherché consiste à influencer la probabilité d'un événement aléatoire (incertain) : cette probabilité n'est pas directement observable, en général.

---

1. C'est en 2.2.2 (ii) que seront discutées les implications de l'asymétrie qu'engendre le savoir du professionnel quant à l'appréciation du résultat.

En soi, l'incertitude-complexité du résultat d'un service ne pose pas d'autre problème de protection du public que celui de l'informer de la nature aléatoire de ce qu'il achète. Au fond, c'est comme acheter un billet de loterie.

Là où la situation se corse, c'est quand le résultat, incertain ou complexe, dépend de l'effort et de la compétence avec lesquels le service a été produit, c'est-à-dire de la qualité de l'acte.

Nous retrouvons ici la situation d'asymétrie, évoquée en 2.2.1 (ii), où l'une des deux parties à une transaction doit évaluer l'activité productive de l'autre. Dans le cas particulier où un service a pour but d'influencer la probabilité d'un événement aléatoire[1], nous sommes en présence d'une variante du même problème, bien connue en théorie économique des assurances sous le nom de «risque moral» (moral hazard).

Dans les transactions commerciales où le lien contractuel peut se prolonger jusqu'à ce que soit manifeste le résultat de l'activité productive, il existe des mécanismes de partage du risque. Les plus courants sont peut-être les garanties offertes par les fabricants d'articles dont il est coûteux de vérifier qu'ils ne sont pas défectueux avant qu'ils ne fassent défaut. On trouve aussi des exemples de tels mécanismes dans les transactions portant sur des services professionnels. Ainsi, on voit des cliniques qui offrent de rembourser leurs clients qui n'arrivent pas à s'habituer aux lentilles cornéennes. On voit aussi des avocats dont les honoraires, pour certaines réclamations de dommages-intérêts, sont une fraction du montant obtenu[2].

---

1. Par exemple, les soins préventifs d'un dentiste en vue de réduire le risque de carie, ou encore le plaidoyer d'un avocat en vue d'augmenter les chances d'un jugement favorable (dans une cause dont l'issue dépend de l'appréciation du juge).
2. Voir aussi Smith et Cox (1983), dont il est question en 3.6.

Toutefois, en l'absence de tels mécanismes, la transaction porte, non pas sur le résultat désiré, qui est incertain, mais sur l'activité productive elle-même. En général par exemple, si un client retient les services d'un avocat pour un procès, ce sont des actes professionnels qu'il achète, et non pas directement un jugement favorable de la cour, qui est pourtant le résultat recherché[1]. Dans ces conditions, les services professionnels répondent à la définition de «services» du Robert (activité), plutôt qu'à celle du Larousse (résultat). Et le degré d'autonomie qui en résulte pour le professionnel pose un problème de protection du public. Ce problème constitue sans doute un des motifs de l'Article 25-2° du Code des professions.

En effet, si la transaction porte sur une activité, il faudrait que l'acheteur puisse évaluer la productivité de cette activité (effort, compétence). Mais, tel que mentionné en 2.2.1 (ii), ce genre d'évaluation est intrinsèquement difficile : l'exécutant est toujours mieux informé que l'observateur sur les efforts qu'il déploie et sur la difficulté de la tâche. À cette asymétrie s'en

---

1. On pourrait objecter à cela que les transactions ne portent pas sur les actes proprement dit, mais sur les résultats immédiats de ces actes, lesquels résultats ne sont pas recherchés pour eux-mêmes, mais sont censés concourir à la réalisation du résultat ultime désiré. Pour reprendre l'exemple juridique de tout à l'heure, on pourrait arguer que ce qu'achète le client, ce sont les documents produits et transmis par l'avocat, ainsi que les paroles prononcées en cour. Mais ce point de vue s'accommode mal de l'existence de tarifs horaires. En outre, l'analyse économique considère les résultats intermédiaires comme des produits semi-finis que le professionnels utilise pour produire le bien désiré : dans la mesure où c'est le professionnel qui gère l'ensemble du processus de production, la distinction entre les actes productifs et leurs résultats immédiats est peu pertinente. Si, par contre, la transaction portait réellement sur ces résultats intermédiaires, il faudrait adopter le point de vue de Becker (1965), selon lequel le consommateur achète des biens qu'il utilise comme intrants dans la production →

ajoute une autre : nous verrons ci-après en (ii) que, grâce à son savoir, le professionnel est mieux informé que son client, en particulier quant à ce qui constitue un acte de qualité.

(ii) Le rôle conseil du professionnel

Traditionnellement, les professions dites libérales ont été définies par leur caractère intellectuel. Aujourd'hui, pour être admis à l'exercice d'une profession, le candidat doit satisfaire à des exigences de scolarité ou passer des examens de compétence. D'ailleurs les connaissances requises pour exercer une activité ont été retenus dans le Code des professions (Art. 25-1°) comme un des critères de ce que doit être une corporation professionnelle. L'importance accordée au savoir dans l'activité professionnelle n'est donc pas à démontrer.

Pourtant, le caractère intellectuel de l'activité professionnelle ne suffit plus à la distinguer des autres activités productives. En effet, on reconnaît aujourd'hui que la plupart des activités productives exigent une certaine compétence. En témoignent les règles d'accès à de nombreux métiers[1]. La science économique a formalisé dans la théorie du capital humain l'analyse de l'apprentissage comme investissement et du rôle du savoir dans la

---

→ domestique des services qu'il consomme. En fait, ce dernier point de vue ne serait pas dénué d'intérêt lorsqu'il existe une zone de responsabilité partagée entre le professionnel et son client, et que le client participe à la gestion de son «cas» conjointement avec le professionnel. Mais la plupart du temps, comme nous le verrons en 2.2.2 (ii), c'est justement pour lui confier la gestion de son «cas» que le client va voir le professionnel.

1. Nous verrons toutefois en 6.2 qu'il arrive souvent que ces règles soient trop sévères et qu'elles aient pour effet de créer des rentes de monopole.

production. Par savoir, on entend «un ensemble de connaissances systématisées, acquises par une activité mentale suivie» (Robert), c'est-à-dire de l'information organisée, acquise grâce à un investissement en capital humain.

Les professions ne sont donc pas les seules activités productives où le savoir joue un rôle important. Ce qui distingue les professions est plutôt affaire de degré. A prime abord, on pourrait dire que l'exercice des professions exige généralement des études de plus longue durée.

Sans doute est-il trivial de dire que la durée des études nécessaires à l'exercice d'une profession s'explique par la complexité, à la fois du domaine d'activité et du rôle qu'y joue le professionnel[1]. C'est ce dernier aspect qui retient notre attention.

Dans la plupart des professions[2], le professionnel peut être appelé à faire davantage que de poser sur demande un acte bien défini : on peut lui demander d'analyser une situation, d'identifier les problèmes, de choisir la solution. Quant à la tâche d'exécuter la solution, il se peut même qu'il la délègue à un tiers. C'est pour jouer son rôle conseil que le professionnel doit maîtriser un savoir plus large et polyvalent que celui qui suffirait à exécuter des actes commandés : son rôle conseil exige du professionnel, non seulement du savoir-faire («know how», savoir-comment-faire), mais du savoir-quoi-faire. Voilà en quoi, selon nous, les connaissances (le savoir) requises pour exercer certaines professions se distinguent qualitativement des

---

1. Encore que, dans les professions aussi bien que les métiers, des exigences excessives puissent créer des rentes de monopole. Voir 6.2.
2. Ce n'est pas nécessairement le cas de toutes les professions.

connaissances requises par d'autres activités productives (Code des professions, Art.25-1°).

Mais il se trouve que ce type de savoir, ce capital humain qui permet au professionnel de jouer un rôle conseil, crée aussi entre lui et son client une asymétrie quant à leur état d'information respectif. D'abord, son savoir permet au professionnel de surmonter plus facilement que son client l'incertitude-complexité quant aux résultats de son activité. Ensuite, lorsque la transaction porte sur l'acte, nous avons déjà mentionné, en 2.2.2 (i), que cette asymétrie accentue celle qui est inhérente à la position d'observateur et qui défavorise le client qui voudrait évaluer la qualité des actes professionnels qu'il achète. Enfin, cette asymétrie, alors qu'elle est la raison d'être du rôle conseil du professionnel, pose ce qu'on pourrait appeler le problème de l'agent-producteur.

Il existe un courant de littérature en théorie économique où l'on utilise le terme «agent» pour désigner celui qui agit (prend des décisions et les exécute) pour le compte d'un autre, appelé «principal»[1]. Cette littérature est orientée vers la recherche d'un cadre contractuel où la structure des incitations élimine ou minimise le conflit où peut se trouver l'agent entre son intérêt propre et celui du principal. S'agissant des services professionnels, il est clair que, dans son rôle conseil (c'est-à-dire dans son rôle d'agent), le professionnel peut influencer la demande du client pour ses propres services. Le client qui ne possède pas le savoir du professionnel est mal préparé pour juger de l'opportunité ou de la nécessité des actes recommandés par son professionnel.

---

1. Voir Hirshleifer et Riley (1979, p. 1393) et, pour le cas particulier de la relation médecin-patient, les actes de la conférence du N.B.E.R. (1978).

Les problèmes de protection du public qui viennent d'être évoqués découlent du savoir du professionnel et de son rôle conseil. Ce sont sans doute ces problèmes que le législateur avait en tête lorsqu'il a rédigé l'Article 25-2° du Code des professions.

(iii) Le caractère personnel de certains services professionnels

Le caractère personnel des services professionnels est mentionné à l'Article 25-3° du Code des professions. Ce caractère personnel a en vérité deux aspects, tous deux évoqués à l'Article 25-3° : le statut du client et la nature du service. D'une part, les services professionnels sont personnels quand ils font l'objet d'une transaction entre un professionnel et une personne (et non pas une entreprise, une institution publique, etc.). D'autre part, les services professionnels sont personnels lorsqu'ils touchent à la personne, à son environnement immédiat ou à ses biens.

En effet, nous avons vu que le savoir que détient le professionnel crée entre lui et son client une asymétrie quant à leur état d'information respectif. Lorsque ce client est une entreprise, celle-ci possède souvent des ressources humaines grâce auxquelles, face au savoir du professionnel, elle est moins démunie que ne le serait une personne. En outre, une entreprise obtient souvent une meilleure information de marché, parce que ses coûts d'information sont moindres (voir (iv) ci-après). C'est pourquoi en général, on s'attend à ce que le besoin de protection des personnes soit plus grand.

Mais c'est sur le second des deux aspects évoqués plus haut que nous voulons surtout attirer l'attention. Lorsqu'un service professionnel touche à une personne, à son environnement immédiat ou à ses biens, la principale implication du caractère personnel

de ce service, c'est l'irréversibilité de l'acte. Du point de vue du producteur, le service, une fois produit, n'est pas revendable à un autre que celui pour lequel il a été produit, puisqu'il est appliqué à sa personne, à son environnement immédiat ou à ses biens. Du point de vue du client, la consommation du service coïncide dans le temps avec sa production et si le client n'est pas satisfait, il faut généralement un nouvel acte productif pour rétablir le statu quo ante. Pour le consommateur, l'irréversibilité de l'acte est encore plus grande si les «dégâts» éventuels sont irréparables (Code des professions, Art. 25-4°).

Le caractère personnel de certains services professionnels signifie donc que la transaction entre le professionnel et son client exige un engagement irréversible de ressources, au sens de 2.2.1 (iii), ci-haut. En général, les ressources que doit engager le professionnel représentent un risque assez modeste; en outre, il dispose pour faire valoir ses droits de tous les recours normaux de la vie commerciale. C'est plutôt l'engagement irréversible du client qui soulève un problème de protection du public.

Ce problème est évidemment exacerbé lorsqu'il se conjugue à la difficulté d'observer les résultats (voir 2.2.2 (i), ci-haut). En outre, l'irréversibilité des actes prend une importance accrue lorsque, dans son rôle conseil, un professionnel prescrit un acte qui entraîne la nécessité d'actes subséquents.

Finalement, la conjonction du rôle conseil du professionnel et du caractère personnel de ses services engendre un problème particulier d'information et de protection du public : celui de la confidentialité, qui fait l'objet de l'Article 25-5° du Code des professions. En effet, pour permettre au professionnel de jouer son rôle conseil, le client doit lui communiquer des

renseignements personnels. Dans certains cas, la divulgation de ces renseignements pourrait causer préjudice ou désagrément au client. Or, la transmission d'information est irréversible : le client engage donc d'une façon irréversible la «ressource» que représente pour lui le secret des renseignements qui le concernent personnellement.

(iv) L'information de marché sur les services professionnels

Un marché, c'est une rencontre d'acheteurs et de vendeurs en vue de l'échange : c'est un lieu, le plus souvent abstrait, de transactions. La condition fondamentale du bon fonctionnement, voire de l'existence d'un marché, c'est qu'il y ait «rencontre» : acheteurs et vendeurs doivent être informés des offres et des demandes (prix et qualité).

L'information de marché n'est jamais parfaite. Les participants doivent s'adonner à la recherche ou à la diffusion d'information. Ces activités ont un coût. Si ce coût est négligeable, l'information de marché circule bien; sinon, le fonctionnement du marché peut être déficient.

Qu'en est-il de l'information de marché sur les services professionnels ? Quels sont les facteurs qui influencent le coût de l'information ? Laissons de côté pour le moment les facteurs institutionnels ou réglementaires, pour nous attacher aux facteurs qui sont inhérents à la nature des transactions. De plus, c'est aux coûts de recherche d'information du client que nous nous intéressons, puisque c'est généralement lui qui prend l'initiative de la transaction.

D'abord, la recherche d'information est très coûteuse en situation de détresse, puisqu'alors le consommateur fait face à une

situation urgente (coût du temps) ou pénible (coût de l'effort). La détresse résulte de l'apparition d'un problème pour lequel le consommateur n'était pas préparé (l'imprévisible est une manifestation de l'incertitude), et dont la solution demande des services d'une nature personnelle (d'où, un manque de détachement de la part du consommateur). Le consommateur en détresse ne cherche pas à réaliser une transaction avantageuse : il veut régler son problème.

Ensuite, la recherche d'information est singulièrement compliquée quand la qualité des services professionnels est importante. Lorsque les services sont d'une qualité à peu près uniforme, le consommateur n'a à ce soucier que du prix demandé par les différents fournisseurs. Mais la qualité des services professionnels n'est pas toujours uniforme. Cette qualité a même de multiples facettes : qualité du professionnel dans son rôle conseil; qualité de l'acte; qualité du résultat. En outre, nous avons vu que le consommateur était souvent incapable d'évaluer la qualité des services.

Le troisième facteur à considérer est l'engagement irréversible de ressources que nécessitent la transmission par le client de l'information pertinente de son «cas», et l'étude du dossier par le professionnel. Ce phénomène a été mentionné en 2.2.1 (iii). Lorsque le service recherché est non seulement personnel (au sens de (iii), ci-haut), mais non standard, le professionnel ne peut pas citer un prix sans prendre connaissance de l'affaire[1]. D'ailleurs, l'existence de ce coût fixe renforce le rôle conseil du professionnel : il est moins coûteux que le client confie à un

---

1. La sagesse populaire a bien caricaturé ce phénomène dans l'histoire d'un quidam qui entre chez l'avocat en demandant : «Combien pour une consultation ?» et se fait répondre : «Dix dollars la question. Quelle est votre deuxième question ?».

même professionnel l'ensemble des actes reliés à une même affaire. En outre, lorsque les services professionnels recherchés ne sont pas standard, le consommateur ne peut pas mettre à profit l'expérience acquise par lui dans d'autre «cas», ni l'expérience acquise par d'autres.

Le quatrième facteur à considérer est la fréquence d'utilisation des services professionnels (voir 2.2.1 (iv), ci-haut). Si c'est par exception qu'un consommateur a recours à un certain type de service professionnel, il n'a pas l'occasion d'acquérir de l'information de marché par expérience, et ses coûts de recherche doivent être amortis sur une seule transaction.

L'interaction du rôle conseil du professionnel et de la fréquence d'utilisation engendre une sorte de dilemme. Si la fréquence d'utilisation est faible, le client sans expérience est démuni devant le professionnel, en particulier quand il s'agit de juger de l'opportunité d'un acte. Considérons au contraire le client qui doit recourir fréquemment, non pas au même service, mais à un même genre de services, dont chacun doit être adapté aux circonstances (incertaines) : à cause des coûts fixes mentionnés tout à l'heure, ce client est un peu captif du professionnel à qui il se confie d'abord.

En (iii) ci-haut, nous avons mentionné que l'on peut s'attendre à ce que les entreprises aient des coûts d'information moindres que les consommateurs. Les différences se situent surtout au niveau du quatrième facteur (fréquence d'utilisation) et accessoirement, du premier (situation de détresse).

(v) Synthèse

À la section 2.2.1, nous avons décrit trois critères pour caractériser les transactions : incertitude-complexité, engagement irréversible de ressources et fréquence des transactions. Dans la présente section, nous avons vu comment l'interaction de ces attributs permettait de caractériser chaque transaction de services professionnels. En résumé, nous avons fait ressortir les points suivants :

1) A cause de l'incertitude-complexité des résultats de certains actes professionnels, on observe que la transaction entre le professionnel et son client porte souvent sur l'acte, plutôt que sur le résultat. Dans ces conditions, la limpidité de la transaction exigerait que le client puisse évaluer l'activité du professionnel. Mais, à cause de la structure d'information d'une telle situation, l'évaluation par un observateur de l'activité d'une autre personne est intrinsèquement difficile.

2) Le rôle conseil du professionnel consiste à mettre au service du client un savoir que ce dernier ne possède pas. Mais ce savoir accentue la difficulté pour le client d'évaluer l'activité du professionnel. De plus, ce savoir crée une asymétrie entre les parties quant à leur information sur les résultats obtenus. Et lorsque le professionnel joue son rôle conseil, il y a un conflit potentiel entre l'intérêt de son client et son propre intérêt comme vendeur de services (problème de l'agent-producteur).

3) Le caractère personnel de certains services professionnels a deux aspects. D'abord, les personnes, comme clients, ont en général moins de moyens que les entreprises face au savoir du professionnel et à l'information de marché imparfaite. Mais

surtout, lorsqu'un service professionnel touche à une personne, à son environnement immédiat ou à ses biens, l'acte est le plus souvent irréversible, de sorte que la transaction exige du client un engagement irréversible. Cela est vrai, en particulier, lorsque le client doit livrer au professionnel des renseignements confidentiels pour lui permettre de jouer son rôle conseil.

4) L'accessibilité de l'information de marché sur les services professionnels dépend des coûts de recherche de cette information pour les consommateurs. Ces coûts sont d'autant plus élevés que :
   - le consommateur est en situation de détresse;
   - la qualité de service offerte est variable et difficile à observer;
   - le «cas» du consommateur est unique (non standard);
   - le consommateur utilise le service peu fréquemment.

Ainsi, nous sommes arrivés à ce qu'on pourrait appeler une pathologie des transactions sur les services professionnels : un inventaire des problèmes auxquels seraient confrontés les consommateurs en l'absence de mécanismes de protection du public. Et comme nous l'avons rappelé au fil de l'exposé, les problèmes que nous avons identifiés sont proches des critères énoncés à l'Article 25 du Code des professions.

Il est important de voir que notre analyse est bien une «pathologie». L'on ne s'attend pas à ce que tous les sujets aient toutes les maladies ! De même, ce ne sont pas toutes les professions ni, dans chaque profession, tous les services qui présentent tous les problèmes possibles de protection du public.

2.3 Théorie économique des marchés où l'information est coûteuse

A la section 2.2.2, nous avons mis en évidence certains besoins de protection du public à l'égard des services professionnels. Ayant démonté les mécanismes qui créent ces besoins, nous allons maintenant simplifier la discussion de façon radicale. Car les divers problèmes analysés en 2.2.2 (i), (ii) et (iii) ne sont que les multiples facettes d'un seul problème fondamental : face au marché des services professionnels, le consommateur est moins bien informé que les producteurs quant à la qualité des services qu'il peut acheter.

Cette simplification nous permet d'appliquer aux marchés des services professionnels la théorie économique des marchés où l'information est coûteuse. La littérature sur cette question s'attache à analyser les conséquences, pour le fonctionnement du marché et le bien-être économique, d'une situation où l'information accessible aux consommateurs quant aux prix et aux qualités des biens offerts est incomplète ou coûteuse.

Cette analyse est d'une très grande complexité. Aussi les auteurs doivent-ils recourir à des hypothèses plus qu'audacieuses dans la construction de leurs modèles théoriques. Leurs conclusions, par conséquent, ne sont pas parfaitement générales, ni directement opérationnelles. Néanmoins, ces abstractions permettent d'avoir de la réalité une meilleure intuition.

Dans un article fameux sur le marché des voitures d'occasion («The Market for Lemons», 1970) Akerlof a montré comment, faute d'une information adéquate, un marché pouvait cesser d'exister. Dans le modèle d'Akerlof, les consommateurs sont incapables de détecter les véhicules de qualité supérieure. Ils refusent donc de payer un supplément aux vendeurs qui prétendent offrir de meilleures

voitures, et pour cause ! Mais cette pratique, engendrée par l'asymétrie d'information (voir 4.2.2), a pour effet de décourager ceux parmi les vendeurs qui offrent une automobile en bon état et qui connaissent, eux, la qualité de ce qu'ils ont à offrir. Il ne reste donc plus sur le marché que les «citrons».

L'article d'Akerlof (1970) a donné un nouvel élan aux recherches théoriques en économie de l'information, auxquelles Stigler (1961) avait donné une première impulsion. Il s'ensuivit un foisonnement d'articles, qui ont été passés en revue par Rothschild (1973) et par Hischleifer et Riley (1979). Nous nous intéressons ici aux contributions les plus récentes et en plus pertinentes.

Feldman et Begun (1978) rapportent les résultats d'une étude empirique du marché des examens optométriques (leurs résultats sont discutés ci-après, au chapitre 3). En guise d'introduction, les auteurs présentent deux modèles théoriques. Le premier est un modèle partiel, qui a pour objet le comportement du consommateur. Dans ce modèle, la seule incertitude du consommateur concerne le prix du service professionnel : le prix payé dépendra de l'activité de recherche du consommateur, mais chaque demande d'information coûte du temps. Ayant dérivé les conditions premières d'optimum du consommateur, les auteurs en font l'analyse de statique comparative et montrent que, dans ce modèle, lorsque le coût de la recherche (i.e. le temps requis pour chaque demande de renseignement) augmente, l'activité de recherche est réduite et, en conséquence, le prix payé est plus élevé. Les auteurs en concluent que la publicité sur les prix, qui a pour effet de réduire le coût de recherche, est favorable au consommateur.

Le second modèle de Feldman et Begun (19878) est un modèle de marché. Dans ce modèle, la demande est représentée par N clients; les clients connaissent l'éventail des prix offerts (leur

distribution de probabilité), sans toutefois savoir quel professionnel demande quel prix; chaque client achète exactement une unité de service (un examen); il choisit le nombre de demandes de renseignements qu'il fera de façon à minimiser en moyenne (en espérance mathématique) le coût global (prix et temps de recherche) du service consommé. Quant aux professionnels, ils déterminent le prix auquel ils offrent leurs services de façon à maximiser en moyenne (en espérance mathématique) leur profit, étant donné leurs coûts de production et le comportement de recherche des consommateurs. Les auteurs ne résolvent pas leur modèle ni ne démontrent l'existence d'un équilibre. Toutefois, à l'aide d'un exemple numérique, ils illustrent comment les restrictions imposées à la publicité sur les services bénéficient à l'ensemble de la profession, et surtout aux professionnels qui ont des coûts élevés et une clientèle réduite.

Le modèle de Chan et Leland (1982) est plus développé que ceux de Feldman et Begun (1978). Chan et Leland (1982) décrivent un univers où l'information est tantôt gratuite et parfaitement connue de tous, tantôt accessible seulement moyennant un coût. L'information pertinente porte sur les prix proposés et les qualités offertes. Cela fait donc quatre cas à analyser : (1) information parfaite sur prix et qualités; (2) information parfaite sur qualités, mais information prix coûteuse; (3) information parfaite sur prix, mais information qualité coûteuse; (4) information coûteuse à la fois quant aux prix et quant aux qualités. Lorsque l'information est coûteuse, tous les consommateurs connaissent (à l'équilibre) l'éventail des combinaisons prix-qualité qui sont offertes (distribution de probabilité conjointe ou conditionnelle, selon le cas), mais sans savoir quel vendeur offre quelle combinaison. Lorsque l'information n'est pas parfaite, les consommateurs ont deux possibilités : soit de choisir un fournisseur au hasard, soit

d'acheter l'information pour choisir ensuite en toute connaissance de cause (on peut imaginer que l'information est acquise sous la forme d'un bottin). Face à une information incomplète, les consommateurs ne sont pas égaux : on distingue un premier groupe, pour qui le coût de l'information est plus élevé, et un second groupe, pour qui ce coût est moindre. On peut montrer que dans ces conditions, il y aura toujours un groupe de consommateurs pour qui, à l'équilibre, l'information est trop coûteuse et qui, par conséquent, demeurent non informés. Chaque consommateur achète une unité de service, à moins que le prix demandé ne dépasse son seuil d'acceptabilité (reservation price), lequel dépend de la qualité du service.

De cet univers théorique, abstrait mais néanmoins assez riche, les auteurs tirent les résultats suivants :

1) Quand l'information prix est coûteuse, mais l'information qualité parfaite, on observe à l'équilibre une dispersion des prix (à cause de la structure particulière du modèle, il n'y a que deux prix) : il y a des firmes qui ne vendent qu'à des consommateurs non informés et qui, quoiqu'elles offrent des services de qualité égale, exigent un prix plus élevé.

2) Quand, au contraire, l'information prix est parfaite mais l'information qualité coûteuse, on observe un équilibre où les prix sont uniformes, mais où certains consommateurs non informés reçoivent des services de qualité moindre[1] ; dans l'ensemble le prix moyen et la qualité moyenne seront tous deux moins élevés ici que dans le cas précédent.

---

1. Il est important de noter que dans ce modèle, les services de qualité moindre ne sont pas des services nuisibles : ceux-ci sont exclus du fait que leur prix limite (reservation price) est négatif. De plus, les auteurs montrent qu'on peut inclure dans le modèle une norme minimale de qualité.

3) Quand l'information est coûteuse à la fois quant aux prix et quant à la qualité, on peut arriver au résultat que des consommateurs non informés paient plus cher des services de qualité moindre; toutefois, sous certaines conditions (relatives à la structure des coûts de production), le niveau de qualité offert sera optimal et uniforme.

Chan et Leland se tournent ensuite vers la question de la publicité sur les services professionnels. Si les professionnels sont autorisés à faire connaître leurs prix par la publicité, l'information prix devient à toutes fins pratiques parfaite. Permettre la publicité, c'est donc passer d'une situation où toute information est coûteuse à une situation où seule l'information qualité est coûteuse. Le bien-être des consommateurs s'en trouve-t-il augmenté ? Pour trancher cette question, les auteurs comparent les deux situations. Ils supposent en outre qu'en l'absence de publicité (information coûteuse à la fois quant aux prix et quant à la qualité), le niveau de qualité offert sera optimal et uniforme; cette hypothèse favorise a priori l'imposition de restrictions à la publicité. Les auteurs concluent néanmoins que l'introduction de la publicité sur les prix fera augmenter le bien-être des consommateurs dans leur ensemble.

En effet, pour les consommateurs déjà informés, la publicité ne changera rien : il continueront à acheter l'information sur les combinaisons qualité-prix qui sont offertes, et à choisir leur professionnel en toute connaissance de cause. C'est pour les consommateurs non informés que la situation changera : les ajustements du côté de l'offre, chez les professionnels, augmenteront les chances pour un consommateur non informé de tomber par hasard chez un professionnel offrant la meilleure

combinaison qualité-prix[1]. Il est vrai que la qualité moyenne des services dispensés baissera, ce qui confirme l'argument souvent invoqué par les corporations professionnelles pour interdire la publicité. Par contre, toute baisse de qualité s'accompagnera d'une baisse exactement compensatoire du prix; mais surtout, et c'est ce qui fait la différence, le nombre de consommateurs non informés qui ont accès à la meilleure combinaison qualité-prix s'accroît[2]. Enfin, les auteurs signalent que l'interdiction de la publicité maximise le nombre de professionnels en exercice, ce qui peut expliquer en partie la position des corporations.

Le modèle de Wiggins et Lane (1983) est plus spécialisé que celui de Chan et Leland (1982). Le cas qui intéresse Wiggins et Lane, c'est celui où les consommateurs connaissent parfaitement les prix mais sont incertains quant à la qualité. Dans leur univers, il y a deux types de vendeurs : ceux qui font de la publicité et ceux qui n'en font pas. Ceux qui font de la publicité vendent plus cher que les autres mais à l'intérieur de chaque groupe, il n'y a aucune variation de prix. Pour chaque type de vendeur, le consommateur connaît la distribution de probabilité des qualités offertes. À propos de la publicité, Wiggins et Lane font l'hypothèse cruciale suivante : la qualité des produits annoncés est moins risquée[3] que celle des produits non annoncés. Ils

---

1. Plus précisément, les producteurs qui reçoivent une clientèle non informée augmenteront leur échelle d'opérations et leur efficacité; cette croissance sera réalisée grâce à une diminution de leur nombre, à la fois en termes absolus, et en proportion du total; parallèlement, le nombre total de producteurs augmentera, ainsi que le nombre de ceux qui offrent la meilleure combinaison qualité-prix.
2. Il va sans dire que l'amélioration du bien-être est encore plus grande lorsqu'on applique une norme minimale de qualité : dans ces conditions, il peut y avoir un gain même pour les consommateurs non informés qui ne tombent pas sur la meilleure combinaison qualité-prix.
3. Techniquement, la variance de la distribution de probabilité de la qualité est moindre.

justifient cette hypothèse par l'observation commune que les meilleurs et les pires produits sont rarement annoncés. Ils s'appuient aussi sur la théorie de Nelson (1974). Selon cette théorie, la publicité est un investissement en capital d'achalandage : les clients attirés par la publicité, s'ils sont satisfaits, reviendront; dans ces conditions, l'investissement publicitaire n'est pas rentable si le vendeur ne s'assure pas d'un taux de satisfaction suffisant, taux qu'il ne peut obtenir qu'en offrant une qualité acceptable; donc, selon Nelson, le seul fait qu'un vendeur fasse de la publicité constitue de l'information : c'est un signal crédible que l'annonceur veut offrir la qualité qu'il faut pour persuader les clients de revenir.

Il est à noter que la théorie de Nelson suppose que le consommateur soit en mesure d'évaluer la qualité du produit à l'usage. Aussi en est-il ainsi dans le modèle de Wiggins et Lane. Mais dans leur modèle, il y a une autre façon de découvrir la qualité du bien offert par un vendeur : on peut acheter le renseignement désiré; le prix de cette information est le même pour tout vendeur et pour tout consommateur.

Les consommateurs se distinguent de deux manières : par la quantité consommée et par leur degré d'aversion au risque. Le nombre d'unités consommées (1, 2 ou 3) est déterminé a priori pour chaque consommateur : cette spécification est un élargissement de celle de Chan et Leland (1982) où chaque consommateur consomme exactement une unité. De plus, la prise en compte de l'aversion au risque[1] constitue une innovation dans ce genre de modèle.

---

1. Techniquement, si un consommateur a le choix entre un produit de qualité connue et une loterie où, en moyenne (en espérance mathématique), il gagnera un produit de la même qualité, il rejettera la loterie.

Les consommateurs ont donc deux choix à faire : ils doivent décider s'ils font leurs achats chez un annonceur ou chez un non-annonceur; ils doivent déterminer le nombre de demandes de renseignements qu'ils feront. Quant aux producteurs, ils ont à décider s'ils font de la publicité ou non, et quel niveau de qualité ils veulent offrir à leur clientèle. Le modèle tel que formulé est trop compliqué pour être résolu analytiquement. Les auteurs ont donc fait quelques simulations numériques pour démontrer qu'il existe certains équilibres et pour faire ressortir les caractéristiques de ces équilibres. On observe en particulier que la théorie de Nelson s'y trouve bien illustrée : les auteurs ont construit un équilibre économique où les produits annoncés sont de qualité moins variable que les produits non annoncés, et où les consommateurs qui achètent en faible quantité et qui ont une forte aversion au risque ont tendance à acheter des produits annoncés[1].

On peut mentionner en terminant deux articles qui traitent plutôt de la théorie de l'auto-réglementation, dont il sera question en 6.2. D'abord, Leland (1979), reprenant le modèle d'Akerlof (1970), propose d'étudier les effets des normes minimales de qualité sur le bien-être. Il est à noter que Leland confond la qualité des services professionnels et la qualité des professionnels eux-mêmes. C'est pourquoi dans son modèle, un processus d'accréditation (licensing), qui écarte effectivement de la profession tout candidat qui n'atteint pas le degré de compétence exigé, équivaut à l'imposition d'une norme minimale de qualité des services professionnels. On peut contester cette équivalence et il vaut mieux considérer le modèle de Leland comme un modèle des effets de l'application de normes minimales de qualité des services, plutôt que comme un modèle des effets de l'accréditation et des règles d'accès à la profession.

Dans ce modèle de Leland, le coût des services croît avec la qualité[1]. Mais les producteurs n'ajustent pas leur qualité selon le prix du marché : ils ne font que décider d'offrir ou de ne pas offrir leurs services, de sorte qu'à chaque prix, les services offerts en vente seront ceux dont le coût ne dépasse pas le prix du marché. La demande diminue avec le prix et augmente avec la qualité moyenne offerte sur le marché. Il n'y a pas d'aversion au risque. Leland montre comme Akerlof que le libre marché conduirait à exclure du marché les meilleures qualités de service, ce qui représente une perte de bien-être. L'imposition de normes minimales de qualité de service, bien qu'elle ne permette pas d'atteindre l'optimum social, peut améliorer la situation dans les conditions suivantes :

- demande relativement inélastique au prix;
- demande très élastique à la qualité moyenne;
- coût marginal de la qualité faible;
- faible valeur attribuée par les consommateurs aux services de qualité inférieure.

Leland démontre enfin que lorsque c'est la profession qui fixe les normes de qualité, ces normes seront plus strictes que ce que dicterait l'optimum social.

Dans la même veine, Shaked et Sutton (1981) voient les restrictions à l'entrée comme une réponse à l'incertitude des consommateurs quant à la qualité des services professionnels. Plus une corporation est restrictive, et plus la qualité anticipée des services dispensés par ses membres sera élevée; mais en même

---

1. Il s'agit du coût économique de renonciation (opportunity cost). L'auteur considère aussi le cas où le coût décroît avec la qualité, dans un contexte de «signalling» à la Spence, mais ces résultats sont moins intéressants pour nos fins.

temps, plus le nombre de professionnels sera petit et plus le prix des services sera élevé. Shaked et Sutton étudient l'écart entre le degré de restriction optimal pour le public consommateur, et celui qui prévaudra dans un régime d'auto-réglementation, avec ou sans l'intervention de l'État, et en présence ou non d'une «para-profession» concurrente.

Que conclure de ce bref survol de la littérature théorique ? D'abord, les auteurs cités, et singulièrement Wiggins et Lane (1983), ont montré que plusieurs phénomènes couramment observés (dispersion des prix, variations de qualités et publicité) pouvaient s'expliquer comme résultant d'un comportement adaptatif des agents dans une situation d'information de marché imparfaite, alors que ces mêmes phénomènes apparaissent comme des aberrations dans le modèle classique du marché à information complète. Par le fait même, ils ont souligné l'importance de l'information pour le bon fonctionnement des marchés. Chan et Leland (1982), en particulier, ont montré comment une meilleure information pouvait bénéficier aux consommateurs. De plus, tous ces auteurs on mis en évidence la contribution que peut apporter la publicité à l'information de marché.

Car en définitive, c'est lorsque les consommateurs sont bien informés que se joue vraiment la concurrence entre producteurs. Or, comme nous le verrons ci-après, au chapitre 5, c'est encore la concurrence ou, plus généralement, la contestabilité qui constitue la forme la plus sûre de protection du public. Protéger le public, c'est donc aussi (surtout ?) veiller à la libre circulation de l'information de marché.

---

1. Il n'est peut être pas inopportun de rappeler ici qu'un équilibre économique est une situation où chacun, producteur ou consommateur, agit rationnellement et où personne, compte tenu de son environnement, ne souhaite revenir sur ses décisions.

Néanmoins Leland (1979) et Shaked et Sutton (1981) ont aussi montré l'utilité de certaines formes de réglementation (normes minimales de qualité), tout en indiquant leurs coûts et leurs limites.

2.4 Conclusion : les besoins de protection du public

Le présent chapitre avait pour but l'analyse des besoins de protection du public consommateur de services professionnels.

L'analyse des transactions, appliquée aux marchés des services professionnels, nous a conduits à définir une pathologie des transactions (section 2.2). De la façon la plus concise, on peut considérer une transaction de services professionnels comme plus ou moins «pathologique», selon le degré auquel on y retrouve les caractéristiques suivantes :

- le client n'est capable d'évaluer ni les résultats, ni la qualité (effort et compétence) des actes professionnels;
- le professionnel joue auprès de son client un rôle conseil;
- l'erreur ou la fraude pourraient infliger au client une épreuve personnelle;
- il est coûteux pour le client de s'informer des conditions du marché.

En l'absence de mécanismes de protection du public, toutes ces caractéristiques ont pour effet de forcer le consommateur de services professionnels à assumer des risques ou, s'il veut diminuer son fardeau de risque, à défrayer des coûts d'information. Ces risques et ces coûts d'information posent un problème d'équité et un problème d'efficacité.

Le problème d'équité, c'est que des consommateurs mal informés (pour qui l'information est trop coûteuse) ou malchanceux (qui ont pris un risque et perdu) seront inévitablement exploités. L'exploitation la plus révoltante sera le fait d'individus peu scrupuleux qui auront usurpé le rôle du professionnel. Mais il ne faut pas compter pour négligeables les avantages dont profiteront inconsciemment des professionnels de bonne foi, en particulier sur le plan financier.

Le problème d'efficacité, lui, concerne aussi bien les professionnels que le public. Car aux yeux des consommateurs, les risques qu'ils doivent assumer amoindrissent la valeur des services reçus, tandis que les coûts d'information en augmentent le prix. Le coût du risque et les coûts d'information ajoutent aux coûts de transaction. Or, ces coûts de transaction, comme une taxe, amènent une contraction des échanges et une perte de bien-être, perte qui est partagée entre les consommateurs et les professionnels-producteurs[1].

C'est ce problème d'efficacité sociale qui est formalisé dans la théorie économique des marchés où l'information est coûteuse (section 2.3). Cette théorie nous enseigne en particulier que :

- l'amélioration de l'information de marché est un moyen puissant de protection du public;

- la publicité, même «persuasive», peut contribuer à une meilleure information de marché;

---

1. Il n'est donc pas étonnant qu'historiquement plusieurs associations professionnelles aient pris l'initiative de la protection du public. C'est au chapitre 6 que nous discuterons de la réglementation et de l'auto-réglementation comme instruments de protection du public, et de leurs effets secondaires, particulièrement la création de rentes de monopoles. Voir aussi la discussion de Leland (1979) et de Shaked et Sutton (1981), en 2.3.

- certaines formes de réglementation, et particulièrement l'application de normes minimales de qualité des services, peuvent réduire les pertes sociales associées à des coûts de transaction élevés;

- ces formes de réglementation comportent des coûts, et les bienfaits qu'elles peuvent apporter sont limités; en outre, il est des conditions dans lesquelles ces formes de réglementation ne sont pas bénéfiques.

D'aucuns pourraient demeurer sceptiques devant des recommandations issues d'une analyse aussi abstraite que celle du présent chapitre. Que le lecteur se rassure : nous présentons au chapitre suivant une revue des travaux empiriques, et les résultats qu'on y rapporte sont presque unanimement en accord avec les conclusions que nous avons dégagées des modèles théoriques.

3. ÉTUDES EMPIRIQUES : UN SURVOL DE LA LITTÉRATURE RÉCENTE

3.1 Limites du survol

Les travaux recensés ci-après sont extraits principalement d'un inventaire compilé d'après le Journal of Economic Literature, de mars 1974 (Vol. 12) à décembre 1983 (Vol. 21). Dans le système de classification employé par le JEL pour les articles et résumés, les catégories explorées sont : 635 «Industry studies : services and related industries» et 812 «Manpower training and allocation; labor force and supply : occupation». Cette liste s'est aussi enrichie de références contenues dans les articles recensés. S'y sont également ajoutées quelques suggestions de Pierre Lalonde, du Bureau de la politique de concurrence (Loi relative aux enquêtes sur les coalitions, Consommation et Corporations Canada).

Il est important de noter que ce qui suit est plutôt une bibliographique commentée qu'un inventaire critique des recherches. Un examen critique des sources de données, des méthodes d'analyse et de la logique eût été impossible à réaliser dans les délais prévus.

Par ailleurs, nous avons laissé de côté presque tous les articles relatifs au secteur de la santé (à l'exception des soins dentaires). En effet, le présent rapport concerne la détermination des honoraires professionnels autres que ceux qui font l'objet d'une négociation collective entre les professionnels et l'État.

Nous avons essayé de présenter les articles dans un ordre à peu près logique. Nous avons regroupé ensemble les articles qui concernent une même catégorie d'effets de la réglementation. Nous abordons donc successivement :

- l'effet de la réglementation sur les revenus des professionnels (3.2);
- l'ajustement de l'offre de professionnels comme manifestation du bon ou du mauvais fonctionnement du marché (3.3);
- un aspect particulier de la réglementation : la question de la publicité (3.4);
- les effets de la réglementation sur les prix des services professionnels (3.5);
- les effets de la réglementation sur la qualité des services professionnels (3.6) : la compétence inégale des professionnels, le bien-être de la population et la qualité des actes professionnels;
- les effets de la réglementation sur les méthodes de production et les coûts (3.7).

À l'intérieur de chaque catégorie, nous avons généralement adopté l'ordre chronologique. Au lieu du regroupement par catégorie d'effets, nous aurions pu utiliser le regroupement par profession étudiée ou par instrument réglementaire. Mais le regroupement par profession semblait moins bien adapté à notre mandat d'analyser la réglementation de l'ensemble des professions. Quant au regroupement par instrument, il semblait quasi-impossible, vu la diversité des représentations de la réglementation dans les travaux recensés.

3.2 Les revenus des professionnels et le rendement sur leur investissement en capital humain

L'argument économique sous-jacent à ce groupe d'études est le suivant : si, compte tenu de leur scolarité et de leurs heures de travail, les professionnels d'une catégorie donnée ont un revenu moyen plus élevé que le reste de la population, cet écart doit être interprété comme une indication que la société manque de ce type de professionnel. Certains attribuent cette pénurie relative à la formation d'un cartel par les membres de la profession, en vue de prélever sur le public une rente de monopole : il y voient à la fois de l'inefficacité et une injustice. D'autres, plus préoccupés d'efficacité, considèrent cette pénurie comme le coût de la réglementation que la société a choisi de se donner en matière de services professionnels : pour eux, il s'agit alors de savoir si les bienfaits de la réglementation justifient ces coûts, et si ces derniers ne pourraient pas être réduits.

Mais il se trouve très peu d'études sérieuses qui n'ont pas conclu à l'existence de revenus supra-normaux pour les professions les plus réglementées.

Latham et Schechter (1979) analysent les frais exigés par les avocats comme exécuteurs testamentaires (legal fees for estate settlement). Leur analyse, qui fait appel à des méthodes complexes, les amène à conclure que : (1) les avocats jouissent d'un taux de rendement supra-normal sur leur investissement en capital humain; (2) ce taux de rendement supra-normal s'explique en partie par l'imposition de tarifs minimums; (3) il ne semble pas que les avocats pratiquent des prix discriminatoires quant à l'âge, au sexe ou à l'état civil; (4) par contre, les tarifs minimums sont effectivement appliqués, dans le cas d'exécution testamentaire, seulement pour les successions de moins de cent mille dollars.

Dans une étude économétrique portant sur 14 professions, dont la plupart des professions libérales traditionnelles, Kleiner, Gay et Greene (1982), montrent qu'aux U.S.A., les barrières institutionnelles imposées à l'obtention de permis de pratique (occupational licensing) ont eu pour effet d'augmenter les revenus de ces professions et de réduire l'immigration entre 1965 et 1970 vers les États les plus restrictifs. Le modèle utilisé est un modèle dont les quatre variables endogènes sont : (1) l'immigration dans l'État entre 1965 et 1979, (2) l'émigration, (3) l'accroissement du nombre de professionnels pratiquants du groupe considéré dans l'État et (4) leur revenu moyen. Pour représenter les barrières institutionnelles, les auteurs ont employé successivement deux variables : (1) un indice construit à partir d'éléments comme l'existence d'un examen d'accréditation de l'État, le nombre d'années d'expérience exigées, etc.; (2) une variable muette qui prenait la valeur 1 pour les États où l'on reconnaît les permis de pratique émis dans d'autres États (réciprocité).

De l'abondante littérature qui traite de la profession médicale[1], nous ne retiendrons que la contribution de Paul (1982), qui contient des enseignements plus directement transposables aux autres professions.

Paul (1982) repend reprend le modèle théorique de Peltzman (1976)[2] pour l'adapter à l'auto-réglementation, c'est-à-dire à une situation où les membres de l'agence de réglementation

---

1. Kessel (1958); Feldstein (1969); Newhouse (1970); Brown et Lapan (1972); Frech et Ginsburg (1972); Newhouse et Sloan (1972); Brown, Feldstein et Lapan (1974); Steinwald et Sloan (1974); Leffler (1978); Newhouse et al. (1982) et enfin Paul (1982).
2. Ce modèle théorique est discuté en 6.2.

(corporation professionnelle) chargés de fixer le tarif recherchent l'approbation à la fois du public et de la profession réglementée, et où, par surcroît, ils partagent avec les membres de la profession les bénéfices que ces derniers peuvent tirer de leurs décisions. Paul (1982) montre que son modèle s'accorde avec le sens commun : dans une telle situation, les responsables de la réglementation auront tendance à favoriser davantage les professionnels. Pour tester ce modèle, il compare, à l'aide de méthodes économétriques (une seule équation, forme réduite d'un modèle d'offre et de demande), les revenus des médecins dans les États où les membres du «State medical licensing board» sont nommés par le gouverneur de l'État, et dans ceux où les membres sont choisis par les professionnels eux-mêmes. Ses résultats sont compatibles avec son hypothèse : la différence est estimée à 2856 $ par année en 1976.

Parmi ces études sur les revenus des professionnels, on peut faire une place à part à celles qui ont cherché à mettre en évidence l'effet de certaines formes particulières de réglementation. Nous avons déjà mentionné que Latham et Schechter (1979) se sont intéressés à l'effet des tarifs minimums.

Auparavant, Arnould et Friedland (1977) avaient comparé les revenus des avocats de différents comtés de Pennsylvanie et de Californie. Ils avaient trouvé que, pour un même nombre d'heures de travail, les avocats de comtés où il existe un tarif minimum ont un revenu supérieur.

Shepard (1978) utilise un modèle économétrique à quatre équations, dont les variables endogènes sont : le nombre de dentistes par habitant dans un État, le prix de demande des services dentaires, le prix d'offre et le revenu moyen des dentistes. À l'aide de données tirées d'une enquête auprès des dentistes, effectuée aux

U.S.A. en 1970, il constate que, dans les États qui ne pratiquent pas la réciprocité (c'est-à-dire qui n'accordent pas facilement le droit de pratique à des dentistes de l'extérieur), la réglementation fait augmenter les tarifs et les revenus des dentistes, à la fois directement et indirectement. L'effet direct est attribuable à la protection offerte aux dentistes contre la concurrence venue de l'extérieur de l'État (ainsi que, sans doute, au relâchement de la pression concurrentielle attribuable aux autres dispositions réglementaires qui accompagnent généralement la non-réciprocité). Quant à l'effet indirect, il s'exerce par le biais d'une réduction du nombre de dentistes par habitant. Shepard estime à 15 % environ l'écart de prix associé à la non-réciprocité.

Au Canada, Muzondo et Pazderka (1979 et 1980) ont employé un modèle économétrique pour mesurer l'effet de quatre pratiques restrictives sur les revenus moyens des professionnels. Leurs observations portaient sur 20 professions dans 10 provinces en 1971. Les pratiques restrictives examinées sont : (1) l'imposition de barrières à l'entrée dans la profession, (2) l'érection d'obstacles à la mobilité interprovinciale et internationale des professionnels, (3) l'application (légale ou de facto) de tarifs minimum et enfin, (4) la réglementation restrictive de la publicité. Leurs résultats montrent qu'en moyenne, les membres de professions qui mettent des entraves à la publicité gagnent près de 33 % de plus que les membres de professions moins restrictives; quant à l'imposition d'un tarif minimum, elle est associée à un revenu de plus de 10 % plus élevé. À l'égard des deux autres pratiques restrictives, des difficultés statistiques et économétriques ont empêché d'arriver à des résultats concluants.

3.3 L'ajustement de l'offre : migrations géographiques et nouvelles cohortes de diplômés

D'autres auteurs se sont intéressés à l'évolution dynamique de l'offre de services professionnels aux U.S.A. Car si les accroissements de revenu attirent suffisamment de jeunes professionnels, la pression concurrentielle de nouveaux arrivants contribuera à éliminer la rente de situation des professionnels établis. L'évolution dynamique de l'offre est donc une indication du degré de contestabilité des marchés de services professionnels[1]. Dans le cas des avocats et des ingénieurs, Freeman (1975 et 1976) a proposé et testé un modèle d'ajustement de type «cobweb» qu'il juge satisfaisant. Pashigian (1977) en pense autrement : selon lui, le rythme d'ajustement de l'offre, dans le marché des services juridiques, est très lent, à cause surtout de l'inflexibilité relative des institutions d'enseignement. Dans une perspective historique, il identifie deux longues périodes de déséquilibre de marché (demande excédentaire au cours des périodes 1920-1940 et 1960-1975), coupées par une période d'équilibre relatif. Pour poser ce diagnostic, Pashigian, calcule au moyen de statistiques disponibles ce qu'aurait dû être selon lui le revenu des avocats si le marché avait été en équilibre. Comparé à ce revenu d'équilibre, le revenu observé des avocats a toujours été largement supérieur, sauf durant la période d'équilibre 1940-1960. À l'aide d'une analyse des déterminants de la demande, l'auteur traduit ensuite cet écart de revenu en une mesure de la pénurie d'avocats aux U.S.A. De cette construction, il conclut qu'en aucun moment, il n'y a eu surplus d'avocats, comme le prédirait le modèle d'oscillations «cobweb» de Freeman, mais qu'au contraire, il y a généralement eu pénurie.

---

1. La notion de contestabilité est définie au chapitre 5.

Plusieurs auteurs se sont plutôt intéressés à la mobilité géographique des professionnels. Parmi les précurseurs, mentionnons Holen (1965), Benham, Maurizi et Reder (1968) et Maurizi (1974). Nous avons déjà vu que Shepard (1978), et Muzondo et Pazderka (1979 et 1980) ont étudié les effets sur les revenus des obstacles à la mobilité géographique (entre les États américains ou les provinces canadiennes). Nous avons également mentionné que Kleiner, Gay et Greene (1982) ont de plus observé les effets des ces obstacles sur les migrations elles-mêmes.

L'étude de Friedland (1975) est plutôt à la périphérie de nos préoccupations. L'auteur a étudié l'évolution des revenus des avocats dans les villes de quatre États, entre 1969 et 1973. Il utilise deux variables de revenu : le revenu absolu, et le revenu relatif par rapport aux autres résidants de la même ville. Ce dernier concept permet mieux de tenir compte des avantages particuliers de chaque ville (coût de la vie, climat, vie culturelle, etc.). Pour les deux variables de revenu analysées, Friedland constate que, compte tenu des autres déterminants du revenu, les écarts observés entre les villes en 1969 ont généralement diminué au cours de la période d'observation. L'auteur conclut que c'est là une manifestation de la mobilité géographique des avocats. Toutefois, l'étude n'examine pas les différences de mobilité associées à des différences de réglementation.

Pashigian (1979) analyse les effets de la réglementation sur la mobilité des professionnels entre les États américains. Il s'intéresse à plusieurs professions, mais en particulier aux avocats, pour qui il existe des obstacles non réglementaires à la migration : capital d'achalandage local et investissement dans l'apprentissage des lois et règlements propres à l'État. Les résultats de Pashigian l'amènent à conclure que, une fois pris en compte les obstacles non réglementaires, l'obligation d'obtenir un

permis de pratique (licensing) restreint encore davantage la mobilité. Quant à l'absence de réciprocité (non-reconnaissance d'un permis de pratique obtenu hors de l'État), elle a aussi un effet restrictif, mais cet effet supplémentaire est moindre que celui de l'obligation d'obtenir un permis de pratique. Enfin, Pashigian cherche à déterminer par des tests indirects si l'écart qu'il observe entre les avocats et les autres professions est dû entièrement à l'investissement dans l'étude des lois propres à l'État : il conclut que non.

3.4 La question de la publicité

Sur la publicité, il existe une très abondante littérature. Une partie importante de cette littérature s'inquiète de la relation entre publicité et concurrence : la publicité crée-t-elle des barrières à l'entrée, donne-t-elle un pouvoir de marché ? Cette littérature, qui se rattache au champ de spécialisation qu'on appelle l'économie industrielle, est passée en revue dans Comanor et Wilson (1979). Toutefois, en ce qui concerne les services professionnels, les producteurs sont généralement trop nombreux pour que l'on ait à craindre que la publicité y ait les effets que l'on appréhende dans les oligopoles industriels.

Mais on peut considérer le phénomène sous un autre aspect, celui de l'information. Cette tradition remonte au moins à Stigler (1961). En ce qui concerne la publicité sur les prix, les économistes sont unanimes à dire qu'elle contribue à une meilleure information de marché. Pour ce qui est de la publicité sur la qualité, nous avons déjà évoqué (ci-haut, 2.3) la théorie de Nelson (1974) : lorsque la qualité ne peut pas être observée, mais qu'elle peut seulement être éprouvée à l'usage, la publicité contient néanmoins de l'information vraie : elle est le signal que l'annonceur a choisi d'offrir la qualité qu'il faut pour persuader

les clients de revenir après un premier essai. Cette hypothèse est nuancée par Schmalensee (1978), qui construit un modèle théorique pour montrer que la publicité pourrait au contraire être davantage associée à une qualité médiocre, si la qualité coûtait cher à produire, et que les consommateurs, tout en se laissant attirer par la publicité, avaient la mémoire courte lorsqu'ils sont insatisfaits du produit.

Dans le contexte précis des services professionnels, la question de la publicité a fait l'objet d'un colloque organisé par l'Office des professions du Québec (1982). Ce sujet a également été abordé lors d'un symposium dont les actes sont rapportés par Blair et Rubin (éd., 1980 : Part IV, «Problems of Consumer Information»).

Nous avons déjà fait état (en 2.3, ci-haut) des modèles théoriques pertinents. A la lumière de ces modèles, nous avions conclu que la publicité aurait pour effet d'améliorer l'information de marché, ce qui bénéficerait surtout aux consommateurs moins bien informés.

Or, il se trouve que Carver, King et Label (1979) offrent une confirmation indirecte de cette conclusion. Ils ont demandé leurs avis à 660 directeurs de finances d'entreprises, à propos de la publicité sur les services comptables. Les réactions étaient généralement favorables et les répondants ne craignaient pas de baisse de la qualité. La plupart affirmaient toutefois qu'ils ne se laisseraient pas influencer dans leur choix d'un comptable. Le fait le plus intéressant, dans le présent contexte, est que les directeurs des finances des entreprises de plus petite taille étaient nettement plus favorables que les autres : cette réaction peut s'interpréter comme l'expression d'un plus grand besoin d'information.

Pearce, Shea et Stempel (1980) rapportent les résultats d'une autre étude. Cette enquête, menée en 1973-1974 auprès du grand public aux U.S.A., avait pour but de découvrir les facteurs (autres que le prix) qui affectent l'utilisation de services juridiques. Les principaux facteurs identifiés sont, dans l'ordre : une expérience préalable d'utilisation du système juridique, la propriété immobilière et les contacts. Il est clair que le premier facteur est associé à une meilleure information de marché et possiblement à un besoin plus grand de services juridiques; le deuxième facteur reflète à la fois le besoin et la capacité financière (le revenu, comme facteur explicatif supplémentaire, s'est avéré non significatif); le troisième facteur, enfin, indique une meilleure information de marché. L'analyse de ces résultats amène les auteurs à formuler des recommandations quant à de nouveaux systèmes de distribution (alternative delivery systems) pour améliorer l'accessibilité des services juridiques. Pour les groupes, ils proposent un système d'assurance-groupe où l'assuré choisit son avocat dans une liste pré-établie (closed-panel prepaid legal services). Pour les individus, les auteurs préconisent l'établissement, là où elles n'existent pas, de cliniques juridiques commerciales (qui soient autorisées à faire de la publicité). Notons qu'ils écartent la solution des services de recommandation (lawyer referral services), comme ceux qui sont offerts (les uns gratuitement, les autres moyennant frais) par les associations du barreau de plusieurs États : ces services, expliquent-ils, ne diminuent pas vraiment les coûts de recherche des consommateurs.

Quant aux effets de la réglementation restrictive de la publicité, ils ont été pris en compte dans plusieurs études empiriques concernant les prix et la qualité des services professionnels. Les résultats de ces travaux sont rapportés dans les sections suivantes.

3.5 Les prix des services professionnels

Les économistes ont longtemps décrié l'imposition de tarifs minimums par les corporations professionnelles. Arnould et Corley (1971) ont fait entendre leur plaidoyer jusque dans l'American Bar Association Journal : ils y montrent en particulier que les tarifs imposés sont souvent déraisonnablement élevés, qu'ils montrent une variabilité inexplicable d'État en État, et qu'ils sont la plupart du temps sans rapport avec le temps de travail requis.

Dans une étude qui a fait époque, Benham (1972) a comparé le prix des lunettes dans différents États américains. Il a constaté que là où la publicité était permise, les prix étaient plus bas. De plus, même lorsque la publicité, quoiqu'autorisée, ne pouvait pas mentionner de prix, Benham a remarqué néanmoins un effet favorable sur les prix, bien que l'effet fût moindre que lorsque la publicité était permise sans restriction.

Cady (1976 a, b et c) analyse les résultats d'une enquête menée aux U.S.A. à l'échelle nationale sur les prix des médicaments en 1970. Les données révèlent que le niveau des prix est plus élevé en moyenne, et leur dispersion plus grande dans les États où il est interdit de mentionner les prix dans la publicité sur les médicaments. L'auteur évalue à plus de 135 millions de dollars le transfert qui en résulte en faveur des pharmaciens aux dépens des consommateurs.

L'étude de Kushman et Scheffler (1978) porte sur le marché des soins dentaires aux U.S.A. Les auteurs utilisent les données d'une enquête nationale menée en 1968 auprès des dentistes. Ils veulent tester si les prix observés des soins dentaires sont compatibles avec l'hypothèse que chaque dentiste détient sur sa

clientèle un pouvoir de monopole qu'il peut exploiter pour réaliser un profit de monopole. Leur conclusion est affirmative. Inversement, ils constatent que les prix observés ne sont pas compatibles avec l'hypothèse d'un marché concurrentiel où la demande et l'offre sont des fonctions linéaires.

Woods (1978) a fait enquête auprès des avocats de l'État de Virginie après le célèbre arrêt «Goldfarb», par lequel la Cour Suprême a déclaré que la fixation des prix par les avocats était illégale. Les réponses recueillies par Woods suggèrent que le tarif minimal qui était appliqué avant «Goldfarb» permettait aux avocats de réaliser des profits supra-normaux et de pratiquer des prix discriminatoires à l'égard de la clientèle.

Cox, De Serpa et Canby (1982) ont mené une étude sur les prix des services juridiques de routine à Phoenix, Arizona. L'enquête a été faite auprès de 243 avocats, en 1978, juste un an après le fameux arrêt «Bates», dans lequel la Cour Suprême a soutenu que le premier amendement (liberté d'expression) donnait aux avocats le droit d'annoncer leurs prix pour des services de routine. le questionnaire demandait le mode de tarification (horaire ou à forfait) et le prix demandé pour quatre services de routine (testament simple, testament avec fiducie, faillite personnelle non contestée et divorce non contesté), et pour un service non routinier (une poursuite en dommages pour blessures corporelles). Les auteurs, qui considèrent cette enquête comme la première étape d'une étude plus vaste, en tirent néanmoins quelques observations. D'abord, la dispersion des prix est très forte, ce qui reflète un sérieux manque d'information chez les consommateurs. Toutefois, on remarque que les avocats qui pratiquent un tarif moins élevé reçoivent un plus grand nombre de cas, ce qui indique qu'une partie au moins des consommateurs investit dans la recherche d'information de marché. Le sondage ayant été réalisé seulement

un an après «Bates», les avocats annonceurs ne représentaient que 6 % de l'échantillon (9 %, si l'on compte ceux qui avaient l'intention de faire de la publicité dans les six mois) : on est loin d'un raz-de-marée publicitaire ! Aussi les différences entre les annonceurs et les autres sont-elles dépourvues de signification statistique. On observe tout de même que les prix étaient plus bas, et leur dispersion moindre chez les annonceurs. Enfin, plus de 80 % des avocats interrogés pratiquent un tarif forfaitaire pour les services de routine, tandis qu'aucun d'entre eux n'était prêt à accepter d'entamer la poursuite en dommages autrement que pour un taux horaire (ou pour un pourcentage du montant obtenu) : ce comportement confirme l'hypothèse que lorsque la somme de travail exigée pour une cause est imprévisible ou que l'issue en est incertaine, le mode de tarification choisi fait porter au client la totalité (taux horaire) ou une partie (pourcentage) du risque. Enfin, toujours à propos du partage du risque, on constate que parmi les services de routine, ceux qui sont moins routiniers (où la somme de travail exigée est moins prévisible) commandent une certaine prime : le taux horaire implicite dans les tarifs forfaitaires est plus élevé. Cette réflexion sur les modes de tarification des services juridiques est poursuivie dans Smith et Cox (1983), dont il est question à la section suivante.

3.6 La qualité des services professionnels

Mais le prix n'est pas tout. La qualité, dont nous avons évoqué la multiplicité des aspects au chapitre 2, est de toute première importance. Les études empiriques sur la qualité peuvent se partager en trois groupes. Les recherches du premier groupe portent sur la compétence des professionnels et démontrent, si besoin était, que tous ne sont pas d'égale valeur. Les travaux du second groupe portent plutôt sur le bien-être de l'ensemble de la

population, tel qu'il résulte de la qualité et de la quantité des services professionnels. Enfin, les études du troisième groupe portent sur la qualité des actes professionnels.

3.6.1 La compétence inégale des professionnels

Rothman (1974) rapporte les résultats d'une enquête postale menée aux U.S.A. auprès des dentistes. Dans cette enquête, on demandait aux dentistes eux-mêmes d'évaluer leurs connaissances sur certains sujets précis. Le répondant avait le choix de trois réponses : (1) connaissances approfondies, (2) moyennes ou (3) nulles. L'éventail des sujets retenus permettait à la fois d'évaluer le degré auquel le dentiste avait su conserver les connaissances acquises à l'université, et de mesurer à quel point il avait réussi à suivre les nouveaux développements de l'art dentaire. L'étude fait ressortir les facteurs qui rendent le praticien vulnérable à l'obsolescence : âge; spécialisation étroite ou, au contraire, pratique trop générale; faible statut socio-économique de la clientèle; etc.

McCarthy, Finkel et Kamons (1977; cités par Joskow et Noll, 1978, p. 52) étudient les effets de l'accréditation (board certification) des chirurgiens. Ils examinent la proportion des interventions électives recommandées qui ne sont pas confirmées lorsque révisées par un autre médecin. Ils constatent que ce taux est le même pour les chirurgiens accrédités que pour les autres. Ce résultat est interprété comme une indication que l'accréditation n'a pas d'effet sur la qualité.

En ce qui concerne la profession médicale, Rolph (1981) présente aussi des résultats qui laissent deviner que les médecins ne sont pas d'égale qualité. Les données utilisées, quelque peu fragmentaires, portent sur les réclamations adressées aux sociétés

qui vendent aux U.S.A. de l'assurance contre les poursuites pour négligeance professionnelle (malpractice insurance). Les données montrent que le nombre de réclamations faites par un médecin dans les quatre années précédentes sont, pour prédire ses réclamations futures, un facteur aussi puissant que sa spécialité.

3.6.2 Le bien-être de la population dans son ensemble

Benham et Benham (1975) rapportent les résultats d'une étude des effets de la réglementation professionnelle sur le prix et sur la consommation de lunettes aux U.S.A. Les auteurs analysent d'abord la réglementation professionnelle que se sont donnés les optométristes dans plusieurs États : ils constatent que cette réglementation a pour principal objet le contrôle par la profession de l'information du marché. Ils construisent ensuite trois indices qui mesurent à quel point la réglementation d'un État est restrictive. Ils estiment ensuite les paramètres d'un modèle à deux équations, où le prix des lunettes croît avec l'indice de restriction, tandis que la probabilité pour un consommateur de se procurer des lunettes décroît avec le prix. Le modèle de Benham et Benham distingue trois catégories de fournisseurs : les médecins ophtalmologistes, les optométristes et les entreprises commerciales. Leurs résultats indiquent que : (1) les restrictions réglementaires font augmenter le prix des lunettes pour les trois types de fournisseurs; (2) les restrictions augmentent la part de marché des optométristes et, secondairement, des médecins; (3) les restrictions ont pour effet de réduire la consommation de lunettes. Par rapport à cette dernière conclusion, les auteurs prennent la précaution de tester l'hypothèse que, lorsque le contrôle professionnel est moins strict, les entreprises commerciales poussent à la surconsommation : leurs tests rejettent cette hypothèse. Benham et Benham concluent que le contrôle de l'information de marché par

la profession, non seulement fait monter le prix des lunettes, mais réduit clairement le bien-être de la population.

Carroll et Gaston (1981) étudient l'effet de la réglementation professionnelle sur le bien-être de la population aux U.S.A. Ils s'appuient sur des comparaisons entre États, pour plusieurs professions ou métiers réglementés (dentistes, optométristes, vétérinaires, électriciens, plombiers, etc.). Après avoir classé les États pour chaque profession en restrictifs et non restrictifs[1], ils estiment un modèle où le bien-être dépend du degré de restriction et de la densité (nombre de professionnels par habitant) et où la densité décroît avec les restrictions réglementaires. Il est à noter que les auteurs parlent de «qualité», plutôt que de bien-être. Mais les indicateurs de «qualité» qu'ils utilisent (indices de santé dentaire, statistiques sur les morts par électrocution, etc.) reflètent tout autant la quantité de services consommée que la qualité du travail professionnel. C'est pourquoi il vaut mieux parler de bien-être. Quoi qu'il en soit, la relation inverse entre le bien-être et la réglementation restrictive est confirmée par les résultats de l'estimation.

3.6.3 Qualité des actes professionnels

Feldman et Begun (1978), dont nous avons présenté les modèles théoriques en 2.3, utilisent les résultats d'une enquête menée aux U.S.A. auprès de plus d'un millier d'optométristes pour dénouer l'imbroglio prix-qualité-publicité. Plus précisément, ils étudient les effets, sur le prix d'un examen optométrique, de deux

---

1. La variable muette retenue dépend de la profession considérée : années d'expérience requises, examen d'accréditation d'État, etc. Dans certains cas, la variable employée n'est pas la même dans les deux équations.

formes de restrictions réglementaires : (1) l'interdiction aux optoméristes, et (2) l'interdiction aux opticiens d'ordonnances de faire de la publicité sur leurs prix. Les indicateurs de qualité retenus sont la durée de l'examen, les tests effectués et l'équipement disponible dans le cabinet. Les conclusions de l'étude sont qu'en effet, à qualité égale, les examens de la vue coûtent plus cher lorsque la publicité est interdite aux optométristes (5 %) ou aux opticiens (10 %). A l'aide d'un modèle économétrique qui permet de tenir compte des interactions entre les facteurs (mais au prix d'une réduction du nombre de facteurs explicatifs considérés), les auteurs estiment qu'indépendamment, les restrictions, ont un impact négligeable mais que conjointement, elles font monter le prix d'environ 17 %. Ils en concluent, avec Benham (1972), que le consommateur profite largement de l'ouverture, même étroite, d'une fenêtre d'information sur le marché.

Muris et McChesney (1979) comparent, quant aux prix et à la qualité, les services juridiques offerts par les études traditionnelles de la région de Los Angeles et ceux offerts par une importante clinique juridique qui fait beaucoup de publicité (Jacoby et Meyers). L'hypothèse sous-jacente à l'étude est que la publicité permet à une entreprise d'élargir sa clientèle et ainsi de recourir à des méthodes de production «de masse», grâce auxquelles l'entreprise qui annonce peut offrir des services de routine d'égale qualité à moindre prix. Parmi les méthodes qui deviennent rentables lorsque le volume prévu augmente, les auteurs mentionnent : (1) une plus grande spécialisation des avocats; (2) l'application de la gestion par systèmes (une discipline née de la fusion du management et de l'analyse des systèmes); (3) l'utilisation d'aides juridiques (paralegals) ayant une formation spécialisée et un rôle circonscrit; (4) le remplacement du travail par du capital (appareils à traitement de texte,...).

Pour vérifier que les services offerts par Jacoby et Meyers sont d'une qualité égale à celle des services offerts par les études traditionnelles, Muris et McChesney font deux tests. Le premier test, «subjectif», se fonde sur une enquête postale auprès des usagers : les données révèlent que les clients de Jacoby et Meyers sont légèrement plus satisfaits que ceux des études traditionnelles. Le second test, «objectif», consiste à analyser le résultat obtenu pour le client dans un type de cause très fréquent, le divorce. La mesure du résultat est la pension alimentaire versée mensuellement pour chaque enfant à celui des conjoints qui a la garde des enfants (dans tous les quelque 60 cas étudiés, c'est la femme qui a la garde); une pension élevée doit être interprétée comme un résultat favorable ou défavorable selon que c'est la femme ou l'homme qui est représenté. La technique utilisée pour isoler l'effet du type d'avocat (étude traditionnelle ou clinique) est la régression multiple. Les résultats montrent que la qualité des services de Jacoby et Meyers est égale dans le cas des hommes, et supérieure dans le cas des femmes à celle des services d'études traditionnelles.

Dans une monumentale étude réalisée au sein de la Federal Trade Commission, Bond, Kwoka, Phelan et Whitten (1980) ont cherché à analyser empiriquement l'effet de la publicité et de la pratique commerciale[1] sur le prix et la qualité des services optométriques. La technique de cueillette de données a consisté pour les enquêteurs à se présenter comme patients et à subir un examen de la vue. Plus de 400 observations ont ainsi été réalisées à l'insu des sujets. Dans une certaine fraction des cas, les enquêteurs

---

1. C'est-à-dire le fait que certains optométristes pratiquent au sein d'établissements commerciaux appartenant à des chaînes de magasins d'instruments d'optique.

avaient authentiquement besoin de lunettes, et ils en achetaient. L'interprétation des observations a été faite avec le concours de deux institutions d'enseignement (State University of New York College of Optometry et Pennsylvania College of Optometry), ainsi que de la National Association of Opticians and Optometrists. Les données ont ensuite été analysées au moyen des techniques économétriques oppropriées. Les principaux résultats sont les suivants :

1) La publicité et la pratique commerciale n'entraînent pas de diminution de la qualité des examens. Cette qualité est très variable entre optométristes, mais la distribution de la qualité dans les villes à réglementation restrictive est la même que dans les autres villes.

2) La publicité et la pratique commerciale font baisser les prix des examens.

3) Dans les villes sans réglementation restrictive, les optométristes traditionnels, qui ne font pas de publicité, font des examens plus complets, et demandent un prix plus élevé que ceux qui font de la publicité ou qui sont en pratique commerciale.

4) La probabilité d'obtenir une prescription correcte et des lunettes adéquates est la même chez les trois groupes d'optométristes (traditionnels, annonceurs et en pratique commerciale).

5) La qualité d'exécution des lunettes est la même partout, en moyenne.

6) Il n'y a pas de différence significative entre les trois groupes d'optométristes quant au pourcentage de ceux qui prescrivent inutilement de nouvelles lunettes.

7) Entre les optométristes en pratique privée qui font de la publicité et les optométristes en pratique commerciale, il n'y a aucune différence significative quant à la qualité des examens.

Smith et Cox (1983) analysent les données d'un sondage réalisé aux U.S.A. auprès de 1500 avocats, dans 5 villes, concernant leurs tarifs pour quatre services juridiques de routine : testament simple, testament avec clause de fiducie, faillite personnelle non contestée et divorce non contesté. L'hypothèse que cherchent à vérifier les auteurs est que le capital d'achalandage d'une étude constitue pour le client une garantie de qualité, puisqu'une étude réputée a davantage à perdre si son client est insatisfait de la qualité du service reçu. Mais réciproquement, une étude réputée risque d'attirer les cas les plus difficiles. De ces hypothèses, les auteurs tirent les implications suivantes : (1) les firmes jouissant d'une réputation bien établie auront davantage tendance à offrir les services de routine sur la base d'un taux horaire, alors que les autres pratiqueront plutôt un tarif forfaitaire; (2) le taux horaire implicite dans les tarifs forfaitaires, de même que le nombre d'heures prévu pour rendre les services de routine, seront tous deux plus bas que les taux horaires demandés et le nombre d'heures prévu par les avocats qui tarifent à l'heure. Deux variables sont utilisées comme indices de la réputation : la taille de l'étude (logarithme du nombre d'avocats équivalents plein temps) et son inscription à la section biographique du bottin Martindale Hubbell. Les résultats économétriques sont favorables aux hypothèses avancées.

3.7 Les méthodes de production

Plusieurs des études citées mentionnaient que la réglementation pourrait avoir une incidence sur les méthodes de production et, partant, sur les coûts. Par exemple, Muris et McChesney (1979) croient que l'autorisation de faire de la publicité peut amener un accroissement du volume de travail prévu et un changement de techniques. Mais il existe une réglementation qui touche directement le choix par le professionnel de ses méthodes de production. Quelques auteurs ont examiné cette question.

De Vany, Gramm, Saving et Smithson (1982) analysent l'impact des restrictions quant à l'utilisation par les dentistes de leur personnel auxiliaire. Leur modèle théorique prédit que, sans ces restrictions, les dentistes emploieront leur temps de façon plus productive[1]. L'étude économétrique emploie des données sur 447 dentistes; ces données sont tirées du American Dental Association Survey pour 1977. Après avoir partagé les États en permissifs ou restrictifs (et écarté les cas douteux)[2], les auteurs trouvent les écarts attendus. Ils en concluent qu'en effet, le type de réglementation étudié nuit à l'efficacité économique et augmente les coûts de production des soins dentaires.

Concernant l'organisation de la production de services juridiques, nous avons déjà mentionné les contributions de Muris et McChesney (1970) et de Pearce, Shea et Stempel (1980). Dans une autre veine, Kwon (1978) présente un modèle théorique du bureau

---

1. Techniquement, leur productivité marginale par rapport à celle des auxiliaires sera plus élevée. Le rapport des productivités marginales est calculé à partir des paramètres estimés d'une fonction de production translog.
2. Les auteurs se réfèrent à deux études sur ce type de réglementation.

d'avocats comme coopérative. Le modèle de Kwon l'amène à conclure que ces coopératives réagissent de façon perverse aux variations de prix, en diminuant leur production lorsque les prix augmentent, et vice versa. Mais Kwon se fait vertement rabrouer par Galchus, Hsu et Harris (1980) et par Sisk (1981), selon qui le modèle de Kwon ne correspond pas à la réalité; en outre, Galchus et al. (1980) montrent que l'article de Kwon (1980) contient une erreur d'algèbre.

Le modèle proposé par Leibowitz et Tollison (1980) semble plus adéquat. Prenant comme point de départ la théorie d'Alchian et Demsetz (1972) sur le travail en équipe, ils montrent comment la forme d'organisation la plus probable d'un bureau d'avocats est l'association entre pairs (partnership). Cette forme d'organisation permet de réaliser les gains de productivité du travail en équipe, tout en contrôlant adéquatement la resquille, à condition que le nombre de partenaires ne dépasse pas un certain seuil. A l'aide des données tirées du Recensement des U.S.A. (Census of Selected Service Industries, 1972), les auteurs établissent à environ cinq partenaires la taille au-delà de laquelle le coût de la resquille commence à l'emporter sur les avantages du travail en équipe. Leibowitz et Tollison reconnaissent cependant que l'accumulation de capital d'achalandage (voir Smith et Cox, 1983) pourrait justifier une taille supérieure.

Leibowitz et Tollison comparent enfin leurs résultats avec ceux d'études analogues qui ont conclu à l'inefficacité de semblable organisation en médecine. Newhouse (1973), en particulier, avait observé que dans la pratique de groupe, les mécanismes de partage font que les coûts augmentent à mesure que diminue la part que chaque individu doit supporter, tandis que le nombre d'heures passées au travail baisse à mesure que décroît la part du profit

qui revient à chaque individu. Ces effets défavorables, avait conclu Newhouse, annulent les économies d'échelle, s'il en est. Leibowitz et Tollision émettent la conjecture que les règles de partage des profits entre médecins, qui n'ont pas la fine complexité de celles des études d'avocats, ne permettent pas aussi bien de contrôler la resquille.

3.8 Conclusion

Les travaux de recherche dont nous venons de faire état sont d'une grande diversité. Pourtant, on observe une étonnante convergence des résultats. Par-delà l'imperfection des données utilisées, par-delà les faiblesses méthodologiques de l'une ou l'autre étude, cette convergence nous permet de tirer quelques conclusions générales :

1) La réglementation assure aux professionnels un revenu moyen supérieur, toutes choses égales par ailleurs, à celui des autres citoyens.

2) La réglementation diminue la mobilité des professionnels entre juridictions (en particulier entre les États américains).

3) La réglementation, particulièrement l'imposition de restrictions à la publicité et l'application de tarifs minimums, fait subir aux consommateurs des prix plus élevés qu'autrement.

4) Il n'y a aucun fondement empirique à la prétention que la concurrence économique entre les professionnels, y compris l'emploi de la publicité et la pratique commerciale, fasse baisser la qualité des services professionnels reçus par les consommateurs.

5) La réglementation impose des contraintes aux professionnels quant aux méthodes de production qu'ils emploient; ces contraintes se traduisent par des coûts de production supplémentaires, et se reflètent finalement dans des prix plus élevés.

La confiance qu'on peut avoir dans la validité de ces conclusions est d'autant plus grande que, comme le lecteur l'aura remarqué, elles vont dans le même sens que celles des analyses théoriques présentées en 2.3.

DEUXIÈME PARTIE

DÉRÉGLEMENTATION, PROTECTION DU PUBLIC ET MARCHÉS CONTESTABLES

4. SIMILITUDES ET DIFFÉRENCES DE LA RÉGLEMENTATION DANS TROIS SECTEURS D'ACTIVITÉS

4.1 Introduction

L'objectif du présent chapitre est de comparer la réglementation qui a cours dans trois secteurs d'activité : celui des services professionnels, celui des services d'utilité publique et finalement celui du commerce des valeurs mobilières. Une telle comparaison peut être intéressante à plusieurs points de vue et en particulier peut fournir des éléments de réponses aux deux questions suivantes. Premièrement, est-ce que chaque instrument de réglementation dépend étroitement de la nature du secteur d'activité considéré ? Deuxièmement, est-ce que les politiques appliquées dans un secteur d'activité peuvent être transférées sans trop de difficultés vers d'autres secteurs ? Si on trouvait des réponses surtout négatives à la première question, et une réponse positive à la seconde, alors on pourrait prédire les conséquences d'une déréglementation du secteur des services professionnels. En effet, depuis peu au Canada (et depuis quelques années aux États-Unis), on peut évaluer les impacts d'une déréglementation (plus ou moins complète) dans le domaine des services d'utilité publique et dans celui des valeurs mobilières; les résultats de ces expériences pourraient se transposer au secteur des services professionnels. Bien sûr, notre intention dans le présent chapitre n'est pas de montrer qu'il existe une parfaite ressemblance entre, disons, la fourniture d'un service d'électricité et la consultation d'un client avec un professionnel; notre objectif est plutôt de faire ressortir les similitudes et les différences entre des secteurs aussi disparates que ceux mentionnés plus haut, quant aux formes de réglementation et quant à la nature des arguments invoqués lorsqu'il est question de déréglementer ces marchés.

En un certain sens, ce chapitre est un chapitre qui sert d'introduction au suivant qui traite de la nouvelle théorie des marchés contestables et de son implication pour les politiques économiques, tant dans le contexte des services d'utilité publique que dans celui des services professionnels. De plus, toute la problématique de la réglementation, et en particulier les objectifs de cette dernière, sont présentés au chapitre 6; le présent chapitre situe toutefois cette problématique dans son cadre général.

4.2 Réglementation

4.2.1 Organismes de réglementation

Par définition, dans toute réglementation explicite de secteurs d'activité, il y a une agence ou office (ou régie) de réglementation et des entreprises sur lesquelles porte la réglementation. Bien entendu, le pouvoir de ces agences ou offices peut être plus ou moins étendu. Ainsi, dans le contexte de l'industrie des communications, le C.R.T.C. réglemente les compagnies téléphoniques à charte fédérale et, par sa gestion du spectre des fréquences, l'ensemble des stations de radio-diffusion et de télédiffusion au Canada. Par contre, la Régie des services publics du Québec ne peut réglementer que les entreprises de télécommunications opérant au Québec, avec une exception notable, les entreprises de cablo-distribution. Dans le secteur des services publics, la réglementation est souvent faite aux deux paliers de gouvernement, soit pour l'exportation d'énergie, soit pour l'extension du réseau, ou encore pour la tarification. Au contraire, la réglementation dans le secteur des valeurs mobilières et dans les secteurs de services professionnels est de juridiction exclusivement québécoise (si nous excluons, bien entendu, la Loi Relative aux Enquêtes sur les coalitions et les

pratiques restrictives, du domaine fédéral, mais qui s'applique indistinctement à tous les secteurs d'activité). Ainsi, l'industrie des valeurs mobilières est contrôlée par la Commission des valeur mobilières, alors que celle des services professionnels relève de l'Office des professions. Toutefois, alors que la Commission des valeurs mobilières réglemente toute entreprise qui veut faire le commerce de valeurs mobilières au Québec, les pouvoirs de l'Office, du moins en ce qui concerne la détermination des tarifs professionnels, sont restreints aux cas où ces tarifs ne sont fixés ni par convention collective, ni par la Loi (comme dans le cas de l'aide juridique ou dans le cas des contrats gouvernementaux). Mais ce qui distingue de manière fondamentale, l'Office des professions et la Commission des valeurs mobilières des autres organismes de réglementation, ce n'est pas qu'elles soient de juridiction exclusivement québécoise, mais bien plutôt que leur principale fonction soit de veiller à ce que chaque corporation ou la Bourse assure la protection du public (par exemple, Article 12 du Code des professions). En d'autres termes, alors que les autres agences de réglementations exercent un contrôle <u>direct</u> sur les entreprises réglementées, l'Office n'exerce ce rôle que de manière <u>indirecte</u>, à savoir par l'intermédiaire des corporations professionnelles; il se trouve donc à y avoir une décentralisation de la réglementation dans le contexte des services professionnels. De la même manière, la Commission des valeurs mobilières délègue, par règlement, certaines de ses prérogatives à la Bourse de Montréal, quoiqu'elle en conserve d'autres. Bien sûr, nous sommes en droit de nous poser deux questions concernant ce mode de réglementation : est-ce la nature même des services offerts qui justifie cette décentralisation ? Est-ce la meilleure façon d'assurer la «protection du public» ou est-ce qu'une réglementation directe ne serait pas plus efficace pour atteindre cet objectif ? Nous

commenterons ces deux questions après avoir discuté des objectifs de la réglementation dans l'ensemble des secteurs considérés.

Invariablement, les deux objectifs qui sous-tendent la réglementation sont la «protection du public» et «l'accessibilité des services au plus grand nombre de personnes»; ces deux objectifs sont ou bien explicites dans les chartes constituant les agences de réglementation, ou bien ils sont avancés par les agences elles-mêmes comme étant les critères qui prédominent dans les décisions qu'elles rendent. Bien qu'il n'entre pas dans le cadre du présent mandat d'évaluer les actions de l'Office en fonction de ces deux critères, nous pouvons toutefois faire les remarques suivantes[1] :

a) il est assez difficile de définir ce que l'on entend par intérêt public. En particulier si cet objectif est combiné avec l'objectif d'accessibilité pour tous, il est évident que certains consommateurs devront supporter une proportion plus importante des coûts de fournir ces services afin que d'autres consommateurs moins fortunés (ou éloignés des grands centres) puissent y avoir accès. Il en résulte ce que nous appelons de l'interfinancement entre clients. Et, dans ce contexte, bien malin qui peut définir l'interfinancement qui soit le plus équitable.

b) Les coûts d'information et de transactions affectent aussi bien le fonctionnement du marché politique que celui du marché économique. En d'autres termes, il arrive fréquemment que les régies de réglementation n'ont pas tout le personnel

---

1. Cf. J.-M. Gagnon, N. Khoury, La réglementation du marché des capitaux, Gaétan Morin, éditeur, 1979, qui résume ces remarques qui apparaissent dans beaucoup d'articles traitant de la réglementation.

nécessaire pour faire face à la batterie d'experts que les entreprises ou les corporations peuvent engager pour défendre leur point de vue. Cette asymétrie d'informations est d'autant plus évidente dans le contexte des services professionnels puisque généralement les corporations défendent à leurs membres de porter un jugement sur les actes pratiqués par les autres membres de la même profession. L'Office est donc astreint à se fier aux comités de discipline des diverses corporations, étant incapable de faire témoigner d'autres experts de même calibre.

c) Cet objectif ne serait universellement valable que si la réglementation n'entraînait aucun coût. Il est bien évident que tel n'est pas le cas : l'industrie de la réglementation fait vivre beaucoup de spécialistes de beaucoup de disciplines. Les consommateurs doivent donc supporter des coûts qui autrement n'existeraient pas (ou, comme le soutiendraient certains, seraient remplacés par d'autres coûts).

Les remarques précédentes ont été faites pour montrer que, d'une part, certains observateurs contestent cette théorie de l'intérêt public dans le domaine de la réglementation et que, d'autre part, d'autres théories ont été avancées pour expliquer (ou évaluer) le comportement des agences de réglementation. Cette question sera reprise au chapitre 6 du présent rapport.

Nous allons maintenant commenter les deux questions que nous formulions précédemment. Disons immédiatement que dans le contexte des services publics et dans celui du marché des valeurs mobilières, les entreprises réglementées possèdent des objectifs économiques précis tels la maximisation de leurs profits. Dans le contexte des services professionnels, l'Office a comme fonction de

surveiller des organismes, les corporations professionnelles, dont les objectifs peuvent être ambigus, même si leur fonction officielle est d'assurer la protection du public. Premièrement, si le législateur délègue à l'Office le rôle de coordinateur des différentes professions, afin que les services professionnels soient offerts au moindre coût (un aspect de la protection du public), alors il est certain que cet objectif peut être difficilement atteint compte tenu des différentes «contraintes» imposées par les corporations professionnelles. Deuxièmement, les membres de corporations différentes pouvant être en concurrence sur plusieurs marchés, ils peuvent avoir intérêt à faire pression sur leur corporation respective afin que leurs marchés soient exempts de cette concurrence venant d'autres professionnels; en ce sens les corporations professionnelles peuvent être tiraillées entre leur devoir de protéger le public et celui de «promouvoir» la santé financière de leurs membres. Troisièmement, dans le cas où le législateur a trouvé que les externalités des services (c'est-à-dire le surplus des bénéfices sociaux sur les bénéfices privés) étaient suffisamment importants, il a tout simplement négocié des conventions collectives avec des groupes de professionnels, et fait supporter les coûts de ces services à toute la collectivité, quel que soit l'usage qui est fait de ces derniers. Le cas le plus évident est celui des services de santé. Par ricochet, ces services ont donc été rendus accessibles à tous, du moins théoriquement. Finalement, quand le législateur a voulu que d'autres services soient disponibles à certains groupes défavorisés de notre société, groupes qui pourraient avoir besoin de ces services (par exemple, services juridiques ou notariaux) il a sanctionné des lois à cet effet. Il nous apparaît donc évident que, d'une part, l'État s'est chargé du deuxième objectif généralement assigné aux agences de réglementation et que, d'autre part, dans les services qu'il n'a pas cru bon de gérer directement, il a jugé que ces services étaient de «nature

privée». En conséquence, il nous apparaît que le mode de réglementation devrait être repensé afin d'éliminer, dans la mesure du possible, toute ambiguïté quant aux objectifs de l'Office et quant au rôle des corporations professionnelles.

4.2.2 Instruments et formes de la réglementation

Nous allons maintenant passer brièvement en revue les instruments que les différents organismes de réglementation utilisent pour contrôler leurs «membres» en mettant l'accent sur la manière dont les tarifs ou honoraires professionnels sont déterminés. Nous allons débuter par les services d'utilité publique.

De manière synthétique, la réglementation dans les secteurs d'utilité publique, du moins jusqu'à récemment, se faisait par trois instruments : établissement de barrières à l'entrée, spécification quant à la qualité des services offerts et finalement, contrôle des tarifs. En effet, l'agence de réglementation accorde à une entreprise le droit exclusif de fournir les services dans une région donnée; en échange, le monopoleur s'engage à fournir les service à tous les membres de la région qui lui en feront la demande. Donc, par définition, la liste des services fournis entre donc sous le contrôle de l'agence de réglementation. Deuxièmement, l'agence spécifie en termes techniques, la qualité des services que le monopoleur s'engage à respecter, dans des délais raisonnables; peut-être le cas le plus simple de spécification technique est le nombre maximal d'abonnés par ligne téléphonique. Finalement, les tarifs demandés doivent être justes et raisonnables. L'agence, pour s'assurer que tel sera le cas, impose une borne supérieure au rendement que l'entreprise peut faire sur ses investissements nets (c'est-à-dire compte tenu de la dépréciation accumulée), une fois récupérés les coûts d'opération. Cette première étape dans la détermination des

tarifs permet d'obtenir des tarifs moyens; quant à la deuxième étape, elle devrait permettre l'établissement d'une structure de tarifs. Toutefois, jusqu'à fort récemment, les agences de réglementation ne se souciaient que de la première étape laissant les entreprises déterminer la structure de tarifs qu'elles jugeaient la plus appropriée. Ce mode de réglementation a fait l'objet de beaucoup de critiques que nous ne présenterons pas ici. Depuis peu, principalement sous l'effet de l'entrée des concurrents dans certains marchés de ces industries, les agences de réglementation ont maintenant mis l'accent sur les coûts par service fourni et par conséquent sur la structure des tarifs ainsi que sur l'impact technologique résultant de cette concurrence.

L'industrie des valeurs mobilières est beaucoup moins réglementée que celles des services d'utilité publique. En fait, cette industrie est fortement déréglementée aux États-Unis depuis 1975 et depuis deux ans au Québec et en Ontario. Dans cette industrie, les courtiers et les maisons de courtage doivent être enregistrés auprès de la Commission des valeurs mobilières; les exigences d'entrée sont relativement faibles, soit en termes de capital requis de la part des firmes de courtage, soit en termes de formation exigée des courtiers vendeurs. Notons que ces derniers font partie d'une association canadienne, et non d'une corporation. Les pouvoirs que la Commission exerce directement sont ceux de l'acceptation des prospectus lorsqu'une entreprise qui est publique (c'est-à-dire plus de cinquante actionnaires) sollicite l'épargne des Québécois, et de l'enregistrement des courtiers; elle peut également demander à la Bourse d'arrêter les transactions sur un titre. Par contre, et avant la décision d'introduire la concurrence dans les commissions (frais de courtage) demandées, la Commission des valeurs mobilières autorisait la Bourse de Montréal à fixer ces commissions; puisque dans l'intérêt du public investisseur, la Commission a jugé que

cette fixation n'était plus de rigueur, elle a exigé que la Bourse de Montréal mette fin à cette pratique[1].

Cet exemple, que nous réutiliserons par la suite est intéressant pour deux raisons : similitude entre la réglementation par l'Office des professions et par Commission des valeurs mobilières, d'une part, similitude entre les services offerts sur les deux marchés d'autre part. Dans la sous-section suivante, nous reviendrons plus à fond sur cette comparaison.

Dans le contexte des corporations professionnelles, nous retrouvons les trois mêmes instruments de contrôle que ceux utilisés par les agences de réglementation dans le contexte des services publics, à savoir la détermination des barrières à l'entrée, procédures de vérification de la qualité des services offerts et finalement détermination des honoraires professionnels (du moins pour certaines corporations ou syndicats représentants). Examinons brièvement chacun de ces instruments. Dans le domaine des corporations professionnelles, les barrières à l'entrée sont de nature scolaire (il est nécessaire de détenir au minimum tel diplôme universitaire) d'une part et il est souvent nécessaire de réussir l'examen de la corporation et ensuite le nouveau professionnel doit faire un stage d'une certaine période auprès d'un professionnel qui est déjà membre de la corporation d'autre part. Mais beaucoup plus important pour nos fins est la distinction entre les corporations à d'exercice exclusif et les corporations à titre réservé. Ainsi, dans le contexte des corporations à d'exercice exclusif, et par analogie avec les

---

1. Sur les raisons ayant motivé la Commission à accepter la concurrence sur les taux de commission, voir J. Saint-Pierre, «Les taux de commission sur les transactions boursières au Canada : Acte II» dans L'Actualité économique, vol. 59, no 2, juin 1983.

services publics, l'Office permet à la corporation ayant ce statut de définir un ensemble d'actes que seuls les membres de cette corporation auront le droit d'exécuter, en plus bien sûr de porter le nom qui s'y rattache. Un pouvoir de monopole est donc accordé à la corporation ayant ce statut. Par contre, dans le cas des corporations à titre réservé, seuls les professionnels qui sont membres de cette corporation pourront utiliser le titre en question; toutefois, seul le domaine d'activités des membres de la profession sera spécifié dans la charte de cette dernière, non les actes devant être accomplis dans l'exercice de la profession. Et comme ce domaine est défini de manière plutôt générale, d'autres professionnels pourront exécuter les mêmes activités dont, de toute façon, la pratique n'est pas interdite par la loi; une concurrence plus ou moins forte peut donc s'instaurer entre des membres de différentes corporations offrant des «services voisins».

Venons-en maintenant à la qualité des services. Dans le contexte des services publics, nous avons vu que la qualité des services pouvait être définie en termes techniques. Pour ce qui est du marché des valeurs mobilières, la Commission doit approuver tout prospectus de mise en vente de titres financiers dans le public; la Commission promulgue des règlements quant à la présentation obligatoire d'états financiers trimestriels des entreprises cotées en bourse, et possède des règlements quant aux transactions que les initiés (insiders) peuvent faire sur les titres dont ils ont une «connaissance privilégiée». Notons toutefois que doit apparaître, au début de tout prospectus, bien en évidence, la phrase suivante «Aucune bourse ou commission des valeurs immobilières ne s'est prononcée sur la qualité des titres offerts». Finalement, dans le contexte des services professionnels, une spécification technique des services offerts n'est pas toujours possible. Pour cette raison, les corporations

professionnelles élaborent un code de déontologie, nomment un comité d'inspection professionnelle, ainsi qu'un comité de discipline et promulguent d'autres règlements (par exemple, la corporation peut exiger quelques cours de recyclage à un de ses membres), afin d'assurer que les services offerts soient des services de qualité. De plus, la plupart des corporations restreignent de manière plus ou moins importante le type de publicité que leurs membres peuvent faire; par exemple, dans le cas des avocats, il leur est interdit d'annoncer publiquement leur(s) spécialité(s). Les corporations restreignent également la structure de propriété ou les règles d'incorporation de bureaux de professionnels; ainsi, il est interdit à un non-pharmacien de détenir une pharmacie privée même si ce propriétaire s'engage formellement à n'employer que des pharmaciens dans la section réservée aux produits pharmaceutiques. Tous ces instruments ont pour fonction d'assurer la qualité des services offerts et partant la protection du public. Bien que cette relation ne nous paraisse pas du tout évidente pour toutes les contraintes imposées, nous ne la commenterons pas davantage du fait que certaines d'entre elles ont fait l'objet de beaucoup de commentaires et d'analyses ces dernières années[1].

Les règles de tarification dans le domaine des services d'utilité publique sont explicitées du moins en ce qui a trait à la détermination des tarifs moyens. Pour ce qui est du marché des valeurs mobilières, il n'existe plus de règles de tarification (minimum ou autre) au Québec et en Ontario depuis 1981 et aux États-Unis depuis 1975. Il nous reste donc à examiner ce qui se

---

1. En particulier, voir les actes du colloque sur «La publicité sur les services professionnels», tenu à Québec les 16 et 17 novembre 1982, Office des professions du Québec, Québec, mars 1983. Voir également notre chapitre 3.

passe dans les différentes corporations professionnelles où les règles de tarification sont loin d'être uniformes. Par exemple, la Loi sur le Barreau, la Loi sur le notariat et la Loi sur les architectes, pour n'en nommer que quelques-unes, établissent des grilles tarifaires qui doivent être respectées par les membres de ces corporations. Dans les deux premiers exemples, la Loi établit la liste des services et des tarifs correspondants qui doivent être exigés. Par exemple, dans le cas des notaires, il est «dérogatoire à l'honneur professionnel» de demander des honoraires inférieurs à ceux prévus dans la Loi pour chacun de actes énumérés; de plus, à moins de conventions contraires, la loi fixe également des honoraires maximum. Puisqu'il est impossible que toutes les situations soient prévues dans la loi, des tarifs horaires sont également prévus. En d'autres termes, et pour les notaires et pour les avocats, ce sont des tarifs à l'acte qui s'appliquent habituellement, sauf qu'il est prévu des tarifs horaires minimum . Dans le cas des architectes, les honoraires dépendent de la nature des travaux à accomplir (spécification de quatre catégories). Il semble toutefois que ces tarifs ne soient qu'indicatifs; il ne servent que de point de référence en cas de litiges juridiques. Mais, pour les trois lois, les tarifs demandés sont reliés à la valeur de la transaction (ou du coût total de l'ouvrage), avec des taux qui vont en décroissant.

D'autres professions, par exemple celle des urbanistes, spécifient la rémunération minimale journalière que le professionnel doit recevoir pour les services rendus, en l'absence d'une convention stipulant une rémunération plus élevée. Contrairement aux exemples précédents, il n'est fait mention ni de la valeur monétaire des travaux à accomplir, ni des actes nécessaires pour mener à bien les dits travaux. Finalement, il y a d'autres corporations (par exemple, les dentistes, les comptables agréés, etc.) où le code de déontologie spécifie que les tarifs demandés

doivent être justes et raisonnables et proportionnés à la complexité de la tâche à accomplir. Bien qu'a priori il semblerait qu'il s'établisse une concurrence entre les professionnels d'une même profession[1], lorsque les tarifs demandés ne doivent être que justes et raisonnables, plusieurs membres de ces corporations se sont constitués en syndicats professionnels pour défendre leurs intérêts matériels; tel est le cas des dentistes, par exemple.

4.3 Comparaisons

Après ce bref survol des organismes de réglementation, des objectifs qui les gouvernent et des instruments qu'ils utilisent pour trois secteurs d'activités, quelles conclusions pouvons-nous en tirer pour l'industrie des services professionnels ? Disons immédiatement que le mode de réglementation décentralisée prévaut pour les services professionnels et pour le marché des valeurs mobilières et qu'il est centralisé pour les services d'utilité publique, quoique dans ce dernier il puisse y avoir conflits entre différents organismes de réglementation (un organisme fédéral et un organisme provincial). Par contre, l'objectif explicite de la réglementation pour tous les secteurs considérés est la «protection du public». Finalement, les instruments de réglementation utilisés pour contrôler son secteur d'activités sont très voisins et pour l'industrie des services professionnels et pour celle des services d'utilité publique, alors qu'ils sont différents pour l'industrie des valeurs mobilières. Notons également que c'est dans ce dernier secteur où la concurrence est la plus forte (ou la plus permise).

---

1. Par exemple, depuis peu les entreprises d'une certaine taille vont en appel d'offres pour la vérification de leurs états financiers : une concurrence s'établit donc entre les bureaux de comptables agrées.

Bien que ces similitudes soient intéressantes, il ne faut pas sous-estimer les différences entre ces secteurs. La première différence importante est bien sûr la différence de structure industrielle entre ces trois secteurs d'activités. Alors que le secteur des services publics est principalement caractérisé par une structure de monopole, et celui des services professionnels par une structure de cartels, celui des valeurs mobilières est caractérisé par une structure concurrentielle. Il existe des similitudes intéressantes entre un cartel et un monopole, mais également des différences importantes dont la plus évidente est la nécessité d'une collaboration (ou de communication) entre les membres d'un cartel; ainsi plus le nombre de professionnels dans un cartel est grand, plus les coûts de coordination le deviennent, avec bien sûr le risque de son effritement. Dans le contexte de la structure industrielle de ces secteurs, une question que nous pouvons nous poser est la suivante : est ce que l'organisation que nous connaissons aujourd'hui dans ces secteurs est le fruit des caractéristiques techniques propres à chacun d'eux ou est-ce le fruit de la réglementation ?

La deuxième différence importante est l'objet sur lequel portent les transactions. Dans le secteur des services professionnels et dans celui des valeurs mobilières, le client achète surtout de l'information, mais pas uniquement en ce sens que les transactions sont souvent officialisées par des documents qui coûtent temps et argent à produire. Dans le cas des services publics, la transaction porte souvent sur des biens tangibles mais pas uniquement sur de tels biens. Par exemple, le transport aérien d'une personne du point A au point B peut être vu comme le bien tangible transigé; toutefois, il n'en demeure pas moins que la personne achète aussi une certaine qualité de service, la sécurité

n'étant pas le moindre des biens achetés[1]. De la même manière lorsqu'un consommateur décide de s'abonner à une compagnie téléphonique, il achète, en même temps qu'une capacité de communiquer avec d'autres personnes, une certaine qualité de service comme la confidentialité des communications, la possibilité de rejoindre toutes les personnes qu'il désire dans des temps raisonnables, etc. En d'autres termes, il nous apparaît que ces trois secteurs sont caractérisés par des services de nature multidimensionnelle dont la qualité de certaines dimensions sont facilement vérifiables par le consommateur alors qu'il lui est plus difficile, voire impossible d'évaluer celle d'autres dimensions.

Une autre caractéristique qui est commune à tous ces services (professionnels, d'utilité publique, et de courtage mobilier) est celle que ces services génèrent de fortes externalités; c'est une raison souvent invoquée pour réglementer ces services. En d'autres termes, ces services possèdent de manière intrinsèque des caractéristiques de «biens publics». Sans élaborer plus avant pour l'instant, disons que l'innovation technologique va accroître cette dimension pour les services qui pourront être considérés des «services privés», comme l'information technique possédée par un professionnel.

Finalement, la dernière différence que nous allons considérer est celle qui porte sur les tarifs ou les honoraires professionnels. Nous pouvons dire que tous les tarifs des services d'utilité publique sont déterminés selon des règles explicites, en fait selon le coût de fournir ces services. Dans le contexte des

---

1. Ceci est tellement vrai qu'aux États-Unis, où il y a déréglementation de tarifs aériens, la réglementation de la sécurité aérienne continue à s'appliquer.

valeurs mobilières, la concurrence prévaut maintenant de ce point de vue. Finalement, dans le contexte des services professionnels, toutes les situations semblent être possibles. Nous pouvons nous demander si les différents services professionnels sont si différents entre eux, qu'ils exigent des différences dans le mode de rémunération des professionnels; pourtant les corporations sont toutes créées à partir des mêmes critères de base !

Nous nous interrogeons également sur la procédure d'une détermination des honoraires professionnels. Dans le secteur des services publics, lorsqu'une entreprise demande une révision de ses tarifs, elle doit s'adresser à l'agence qui la réglemente; cette dernière exige que tous les documents pertinents à la demande soient rendus publics, en plus de fixer une date où des audiences publiques auront lieu. Lors de ces dernières, le consommateur privé ou ses représentants peuvent se faire entendre; d'ailleurs depuis quelques années, il le font de plus en plus souvent. Dans le contexte des services professionnels, il n'existe aucune procédure publique pour la fixation des honoraires, en plus du fait qu'il y a deux classes de consommateurs, ceux qui tombent sous les différentes lois gouvernementales, et les autres. Il nous apparaît qu'il ne serait que juste que les tarifs que le gouvernement (représentant le public) négocie avec les corporations/syndicats s'appliquent indistinctement à tous ou qu'il existe une procédure explicite où les consommateurs ou leurs représentants puissent se faire entendre, ceci, bien sûr, dans le contexte où les tarifs ne seraient pas déterminés sur une base concurrentielle.

Finalement, nous voudrions clore ce chapitre avec trois autres points, également reliés au problème de la détermination des honoraires professionnels :

a) En quoi est-il justifié de baser la tarification sur la valeur des transactions ? Est-ce parce que la complexité d'une transaction est directement proportionnelle à son coût, ou bien est-ce que plus une transaction est coûteuse plus le pouvoir de «bargaining» du client est important ?

b) Lorsqu'un client fait une plainte auprès d'une corporation concernant les honoraires demandés par un professionnel, cette plainte est entendue à huis clos. Est-ce pour protéger la confidentialité de la transaction ou bien pour protéger les intérêts du membre ? De la même manière, il peut être difficile pour une corporation de juger si les tarifs demandés sont justes et raisonnables lorsque tous les membres de la corporation demandent des tarifs approximativement identiques; il n'existe plus aucun point de comparaison. De plus, il y a risque de conflit d'intérêt entre les membres de la corporation professionnelle et le syndicat qui représente les mêmes membres.

c) Si les professionnels ne peuvent se faire concurrence sur les tarifs, il devraient le faire sur d'autres caractéristiques du service en vue de s'attirer les clients potentiels; or, il ne peuvent le faire parce qu'ils leur est souvent impossible de faire de la publicité.

4.4 Conclusion

Dans l'introduction au présent chapitre, nous avons formulé deux questions qui portaient sur la relation entre les instruments de réglementation et la nature des services offerts, et sur la possibilité de transférer des politiques d'un secteur d'activité

vers un autre secteur. Nous croyons avoir bien démontré, tout au long de ce chapitre, que pour des secteurs a priori aussi disparates que ceux considérés, il y avait une similitude frappante dans les instruments utilisés pour les réglementer. Ceci soulève bien entendu deux interrogations : ou bien les secteurs possèdent des caractéristiques communes, ou bien ces instruments sont si puissants qu'ils peuvent s'appliquer indistinctement à tout secteur d'activité. Nous penchons plutôt pour la première possibilité étant donné entre autres la nature multidimensionnelle des services offerts. Cette caractéristique a déjà été étudiée au chapitre 3; elle le sera également au chapitre 5. Pour ces deux raisons, il nous apparaît approprié d'étudier d'autres secteurs d'activité, tels celui des valeurs mobilières et celui des services publics, et de transposer, du moins en partie, les conséquences de la déréglementation qui a cours dans ces secteurs à celui des services professionnels.

5. MARCHÉS CONTESTABLES ET MARCHÉS DE SERVICES PROFESSIONNELS

5.1 Introduction

Depuis quelques années, nous assistons à une déréglementation de beaucoup de secteurs d'activités qui auparavant étaient sous un contrôle gouvernemental ou, à tout le moins, sous le contrôle d'une agence de réglementation. Ce prodessus de déréglementation est particulièrement visible aux États-Unis et, dans une moindre mesure (ou à retardement) au Canada et en Grande-Bretagne. Les principaux secteurs touchés sont ceux de l'aviation civile, du camionnage, du transport par rails (du moins pour certaines marchandises), les télécommunications interurbaines et finalement l'industrie des services financiers dans son ensemble (banques, courtage mobilier, assurances). Il est à noter que mise à part cette dernière industrie, les secteurs énumérés précédemment se caractérisaient tous par de fortes barrières à l'entrée et la tarification moyenne des services était basée sur un taux maximum de rendement sur l'ensemble des équipements affectés à la fourniture des services en question. De plus, il est important de remarquer que certains marchés sous-jacents à chacune de ces industries n'ont pas été déréglementés; par exemple, aux États-Unis, les tarifs pour le transport par rails du charbon pour approvisionner les centrales électriques et ceux pour les communications locales n'ont pas été déréglementés[1].

La question qui se pose est celle de savoir pourquoi certains tarifs sont maintenant déterminés par la concurrence alors que d'autres tarifs sont encore réglementés, et ce dans la même

---

1. «Market Structure and Multiproduct Industries» par E. Bailey et A. Friedlaender, dans Journal of Economic Litterature, Vol. XX (Sept. 1982), p. 1024-1048.

industrie. La raison fondamentale qui est à la base d'une déréglementation dans certains marchés et non dans d'autres est la suivante : si le marché vérifie les hypothèses d'un marché contestable, alors les tarifs sur ce marché peuvent être déterminés par la concurrence laquelle peut n'être que potentielle ! Dans le cas contraire, la réglementation doit continuer à s'appliquer car sinon la concurrence ne serait que destructive et conséquemment le monopole qui en résulterait posséderait des pouvoirs trop importants. Donc, pour limiter ces derniers, la réglementation des tarifs doit continuer à s'appliquer.

Comment définit-on un marché contestable ? Quelles en sont les principales propriétés ? Quelles en sont les implications de politique économique ? Et surtout, le plus important pour l'objet de ce rapport, peut-on dire que l'industrie (ou certains marchés) des services professionnels vérifie les hypothèses d'un marché contestable ? Si oui, quelles en sont les implications ? Et, dans le cas contraire, quelles conséquences en tirer pour la détermination des honoraires professionnels en pratique privée ? L'objet du présent chapitre est, dans un premier temps, de définir ce que l'on entend par marché contestable et, dans un deuxième temps, d'apporter certains éléments de réponses aux questions énumérées précédemment.

5.2 Définition et propriétés des marchés contestables

5.2.1 Définition

Le concept de marché contestable cherche à formaliser l'idée que le pouvoir de marché dans un secteur donné peut être limité même si le nombre de producteurs sur ce marché est petit. Par exemple,

Demsetz[1] avance l'idée que même sur un marché de monopole naturel (i.e. un marché où une firme peut offrir un produit à un coût moindre que deux ou plusieurs firmes dans l'industrie), le pouvoir de tarification du monopoleur est limité s'il existe des entrants potentiels dans l'industrie qui s'engagent à satisfaire le marché à un coût unitaire moindre. En d'autres termes, la concurrence potentielle serait aussi efficace qu'une concurrence effective. Le concept de marché contestable a pour but de formaliser cette idée de compétition potentielle. Un exposé introductif de ce concept et de ses propriétés est fait par Baumol dans «Contestable Markets : An Uprising in the Theory of Industry», A.E.R., March 1982, p. 1-15. Ici, nous allons essentiellement nous attacher aux conditions qui définissent un marché parfaitement contestable. Ces conditions sont au nombre de trois :

a) les entrants potentiels sont supposés avoir accès aux mêmes techniques de production et faire face aux mêmes demandes que les firmes déjà présentes dans le marché étudié;

b) il n'existe aucune barrière légale à l'entrée ou à la sortie du marché et il n'existe aucun coût spécifique qui doive être supporté exclusivement par l'entrant, mais dont sont exemptées les firmes déjà existantes; en d'autres termes, il ne doit pas y avoir de coûts irréversibles (sunk costs);

c) les firmes existantes ne peuvent changer leurs prix qu'avec un certain retard, quoique les consommateurs puissent réagir à des différences de prix dans des délais plus courts.

Nous reviendrons plus loin dans ce chapitre pour évaluer ces conditions en fonction du marché des services professionnels. Pour l'instant, nous voudrions commenter chacune des ces conditions, lesquelles paraissent a priori bien restrictives.

---

1. Demsetz, H., «Why Regulate Utilities», Journal of Law and Economics, April 1968, p. 55-65.

Par définition, un marché est parfaitement contestable si les firmes existantes ne peuvent réduire leurs prix instantanément pour s'aligner sur les prix du nouveau concurrent. Dans plusieurs secteurs de services d'utilités publiques, cette condition est souvent vérifiée puisque l'entreprise réglementée doit obtenir l'autorisation de l'agence de réglementation pour modifier ses tarifs; cette modification n'est souvent autorisée qu'avec un délai. Généralement, le nouvel entrant n'est pas astreint à une telle contrainte puisqu'il n'est pas réglementé !

La deuxième condition suppose que tout le capital nécessaire aux entrants potentiels est mobile d'un marché à l'autre ou qu'il existe un marché très bien organisé, soit pour la revente, soit pour la location du capital physique ou humain, afin de récupérer les coûts d'entrée dans l'industrie. En d'autres termes, il peut exister des coûts fixes d'investissement mais si l'entrant potentiel désire sortir de l'industrie quelque temps après y être entré, alors il doit exister un marché secondaire de revente ou de location, grâce auquel il pourra récupérer une grande partie de ces coûts. Les coûts fixes ne constituent donc pas une barrière à l'entrée. Par contre, si l'entrée dans l'industrie ou sur un marché nécessite de la part de l'entrant potentiel des déboursés importants en coûts irréversibles, alors ces coûts constitueront une véritable barrière à l'entrée. La distinction entre coût fixe et coût irréversible est nécessairement de nature dynamique. Techniquement, c'est la différence entre une valeur ex ante, ou coût, des ressources requises pour un investissement donné et la valeur ex post, une fois que les ressources ont été complètement allouées au projet en question. Avec cette définition, il est évident que tout coût irréversible est un coût fixe, mais un coût fixe peut être ou ne pas être un coût irréversible.

Un exemple peut nous aider à comprendre la différence entre ces deux concepts de coûts. Dans l'introduction au présent chapitre, nous avons dit que la déréglementation de certains marchés était basée sur le fait que ces marchés étaient contestables, alors que sur d'autres marchés, la réglementation des tarifs devait continuer puisque ces derniers ne vérifiaient pas certaines hypothèses des marchés contestables. Nous croyons que ce qui est au coeur de cette distinction est précisément la différence entre les deux concepts de coûts définis plus haut. Prenons par exemple l'industrie de l'aviation commerciale. Il est évident qu'un nouveau concurrent, pour entrer dans cette industrie, doit supporter d'énormes coûts fixes en achat d'appareils. Toutefois, si cette nouvelle entreprise ne réussit pas à faire des profits, elle aura la possibilité, soit de revendre ses appareils, soit de la réaffecter à d'autres destinations. En fait, très souvent dans une année nous entendons dire que ce type de transactions a lieu. Par contre, considérons le cas de la construction d'un aéroport. Si pour différentes raisons, cet aéroport n'est plus utilisé pour les fins auxquels il était destiné, alors sa réutilisation pour d'autres fins n'est possible que suite à de substantiels déboursés supplémentaires. En d'autres termes, sa valeur de revente est presque nulle. De la même manière, si un entrant potentiel doit supporter d'importantes dépenses de publicité pour accéder à un nouveau marché et si finalement il décide de ne pas y entrer, alors il aura supporté tout un ensemble de dépenses qu'il ne pourra récupérer d'aucune manière[1]. Également, une formation très spécialisée en capital humain peut être telle que la personne ne puisse retrouver un emploi exigeant les mêmes qualifications. Ces

---

1. Toutefois c.f. H. Demsetz, «Barriers to Entry» dans A.E.R., March 1982, où il montre que ce n'est pas la publicité en elle-même qui constitue une barrière d'entrée mais bien plutôt la combinaison des coûts d'information, de la création d'une solide réputation et de l'achat d'équipements spécifiques qui est la véritable barrière d'entrée.

trois situations sont des exemples de coûts irréversibles, coûts qui constituent de véritables barrières à l'entrée. Puisque la concurrence potentielle a peu de chances d'exister dans un tel contexte, les tarifs devront donc continuer à être réglementés. Tel est le cas pour les télécommunications urbaines, par exemple.

Le second aspect de la deuxième condition veut qu'il y ait liberté d'entrée et de sortie de l'industrie. Depuis quelques années, certains gouvernements se sont efforcés de réduire ou même d'éliminer les barrières légales à l'entrée dans certains marchés ou même dans certaines industries. Par contre, les barrières, aussi bien légales qu'économiques à la sortie de l'industrie posent beaucoup plus de problèmes. Ainsi, dans plusieurs industries énumérées plus haut, bien que la concurrence soit maintenant permise sur certains marchés, il arrive que les agences de réglementation empêchent l'ex-monopoleur de se retirer de ces mêmes marchés ou de d'autres non lucratifs. Par exemple, alors que la concurrence est maintenant permise sur les terminaux téléphoniques, aux États-Unis, les entreprises de télécommunications doivent continuer à offrir de tels équipements si leurs clients le demandent.

Les coûts irréversibles peuvent constituer également une barrière économique à la sortie de l'industrie. En effet, l'entreprise en difficulté qui a du supporter d'importants coûts de ce type peut être incitée à rester dans l'industrie, se refusant à absorber des pertes sèches; cette situation peut jouer au détriment de l'efficacité économique[1].

---

1. Nous devons toutefois reconnaître que les agences de réglementation ont souvent été très libérales dans la permission d'abandonner certains marchés; nous n'avons qu'à penser aux transports ferroviaires dans les banlieues des grandes villes. Le coût de supporter ces lignes était devenu exhorbitant.

Quant à la première condition, elle stipule que le concurrent potentiel a un libre accès au marché en question aux mêmes conditions que les firmes déjà présentes sur ce marché. En d'autres termes, cette condition suppose implicitement qu'il n'existe pas de brevets qui empêcheraient le concurrent de produire certains biens ou utiliser certains procédés de fabrication ou, à tout le moins, qu'il peut les produire au même coût. Cette condition ne paraît pas être un obstacle majeur à l'existence d'un grand nombre de marchés contestables, du moins dans les secteurs énumérés précédemment. En effet, même dans un secteur comme celui des télécommunications, secteur qui se caractérise par des innovations technologiques importantes et où l'obsolescence est rapide, le nombre de concurrents potentiels est relativement grand, du moins aux États-Unis. D'ailleurs, il est intéressant de remarquer qu'une des motivations avancées pour justifier une concurrence dans ces secteurs est que cette concurrence favorisera l'innovation technologique.

Avant de terminer cette brève présentation du concept relativement récent de marché contestable, nous aimerions faire les quatre remarques suivantes :

a) Le concept de marché contestable a été initialement développé pour des industries où les producteurs offrent simultanément plusieurs produits, où les économies d'échelle et de diversification ne sont épuisées qu'à des niveaux suffisamment importants de leurs outputs, et où par conséquent le nombre optimal de firmes est petit. En d'autres termes, il est nécessaire que les fonctions de coûts soient d'abord décroissantes, puis, éventuellement croissantes. En présence de coûts fixes, une telle situation semble être une situation standard dans beaucoup d'industries.

b) Intuitivement, la contestabilité fournit des conditions sous lesquelles les économies d'échelle en elles-mêmes ne sont pas une menace à l'efficacité des marchés parce qu'elles ne sont pas nécessairement associées à des barrières à l'entrée. Comme nous l'avons vu précédemment, ce sont les coûts irréversibles qui constituent les véritables barrières à l'entrée.

c) Le concept de marché contestable doit être distingué de celui de marché parfaitement concurrentiel. Bien entendu, ces deux concepts supposent libre entrée dans l'industrie. Mais, alors que le modèle de concurrence parfaite suppose qu'il existe un grand nombre de firmes dans le marché, chacune d'elles produisant une quantité relativement faible de sorte qu'elles n'ont individuellement aucun effet sur les prix du marché, le modèle de marché contestable suppose que les firmes existantes et les nouveaux entrants ne peuvent vendre des quantités supplémentaires qu'en baissant les prix. Il suit donc qu'il n'est pas nécessaire qu'il y ait nécessairement un grand nombre de firmes pour qu'un marché soit considéré comme contestable. En fait, un tel marché peut être constitué d'une seule firme.

d) Quoique ces conditions paraissent très restrictives, des études empiriques touchant plusieurs industries et marchés sont nécessaires pour savoir si tel est le cas et surtout pour déterminer si ces conditions peuvent être approximativement satisfaites dans certaines industries. Jusqu'à présent, un certain nombre d'études empiriques ont montré que tel pouvait être le cas pour certains marchés[1] et que ces conditions ne

---

1. Cf. par exemple, «Airline Deregulation : Did Economists Promise Too Much or Too Little ?», par L. Phillips et R. Kyle, III; Office of Industry Policy, déc. 1983.

pouvaient être aucunement satisfaites dans d'autres marchés. Dans la sous-section 5.3, nous allons considérer un certain nombre d'éléments qui nous permettront de déterminer si les marchés des services professionnels sont des marchés contestables et surtout s'il est possible de les rendre tels, du moins de manière approximative.

5.2.2 Propriétés des marchés contestables

Précédemment, nous avons montré les similitudes et les différences entre le modèle des marchés contestables et celui des marchés parfaitement concurrentiels. Il est bien connu que le modèle des marchés parfaitement concurrentiels possède de belles propriétés d'efficacité, de tarification et de bien-être. Par exemple, dans un tel contexte, nous savons qu'un équilibre existe, que chacune des entreprises fait un profit économique nul, que les biens sont tarifés au coût marginal et finalement que tout équilibre concurrentiel est un optimum de Pareto (i.e. qu'il n'est pas possible de réallouer les biens dans l'économie sans qu'au moins un des consommateurs voie sa satisfaction réduite). Qu'en est-il maintenant des propriétés des marchés contestables qui, nous l'avons vu, sont des marchés où le nombre de firmes peut être très petit ? Ces propriétés sont très similaires à celles que nous venons d'énoncer pour les marchés parfaitement concurrentiels. En effet, sur les marchés parfaitement contestables, la possibilité qu'ont les entrants potentiels d'entrer sur ces marchés, de faire un profit et de se retirer aussitôt (hit-and-run option) assure que les profils économiques seront nuls à l'équilibre, puisque tout profit «économique» positif fournit une occasion à un entrant potentiel d'entrer sur ce marché, d'offrir les mêmes biens que ceux des firmes existantes, au même coût et finalement de réduire légèrement les prix tout en continuant à faire un profit positif. De plus, la production est efficace, même en présence de monopole

ou d'oligopole et cela parce que tout coût non nécessaire constitue une invitation à l'entrée d'un concurrent sur ce marché. Finalement, et par le même raisonnement que précédemment, les prix doivent être égaux aux coûts marginaux, à l'équilibre, sauf dans des situations où le profit pour un entrant n'existe pas parce que l'output et le prix sont contraints par l'élasticité de la demande.

Sur les marchés où les conditions de contestabilité sont vérifiées, la concurrence potentielle permet donc de retrouver les mêmes propriétés que le modèle des marchés concurrentiels[1]. Il nous reste maintenant à déduire les implications de politique économique de ce nouveau modèle.

5.2.3 Implications de politique économique

Tout modèle abstrait est élaboré en vue d'en déduire des conclusions qui serviront d'une façon ou d'une autre à orienter les politiques économiques. Puisque dans le contexte du modèle des marchés contestables, le nombre de producteurs n'est plus un obstacle à la réalisation des propriétés de la «main invisible», comment ce résultat peut-il servir de guide à la politique économique ? Il nous apparaît que ce modèle peut servir à orienter ceux qui élaborent les politiques de réglementation (ou de déréglementation ?) dans au moins trois directions :

i) un premier objectif serait d'identifier, pour un marché donné, les obstacles à la contestabilité et conséquemment d'évaluer les difficultés, de les réduire, voire même de les

---

1. Un exposé, incluant les démonstrations, des propriétés des marchés contestables est faite dans le livre récent de W. Baumol, J. Panzar, R. Willig, Contestable Markets and the Theory of Industry Structure, San Diego, CA : Harcourt Brace Jovanovich, 1982.

éliminer. Par exemple, si suite à une analyse détaillée d'un marché, nous aboutissons à la conclusion que des coûts irréversibles sont présents de manière importante, alors ce marché ne devrait pas être déréglementé, c'est-à-dire qu'un contrôle des tarifs devrait continuer à s'appliquer. Cette conclusion serait justifiée par le fait que de tels coûts constituent une barrière à l'entrée des concurrents potentiels sur ce marché et donc que ce type de concurrence ne saurait jouer son rôle. Donc, pour assurer un accès non discriminatoire à ces services ou produits à tous les consommateurs, il est nécessaire que la réglementation continue de s'appliquer.

ii) Puisque, comme nous l'avons vu précédemment, l'efficacité peut être obtenue sans intervention gouvernementale sur les marchés contestables, un deuxième objectif des concepteurs de la politique économique pourrait être d'évaluer le degré de contestabilité de chaque marché ou chaque industrie. Notons que, puisqu'au niveau de l'industrie il peut exister des coûts irréversibles ainsi que des barrières à l'entrée, une analyse marché par marché à l'intérieur de l'industrie doit être entreprise. Ainsi, si nous concluons que chaque marché est déjà contestable, alors il n'y aura aucune raison de craindre une concentration au niveau de l'industrie. Par exemple, tel semble être le cas dans l'industrie de l'aviation commerciale, ainsi que dans l'industrie du camionnage : les appareils nécessaires à la fourniture des services peuvent facilement (i.e. sans coût) être transférés d'un marché à l'autre.

iii) Finalement, et c'est peut-être sa plus importante implication économique, le modèle des marchés contestables a des conséquences sur les lois antitrusts. En effet, cette

théorie suggère que nous ne devons pas craindre les fusions sur les marchés contestables, même si cela crée une forte concentration. En d'autres termes, les concepts traditionnels de «part de marché» et de «ratio de concentration», si couramment utilisés pour permettre ou empêcher les fusions, ne sont plus pertinents pour les marchés contestables; les études devraient maintenant porter sur la conduite des firmes sur les marchés particuliers et sur le degré de contestabilité de l'offre sur ces marchés. Il suit donc que si la performance de la firme sur ce marché ou sur ces marchés est satisfaisante, et que nous ayons des raisons de croire qu'elle le demeurera, alors il n'y a aucune raison pour une intervention du type antitrust, et cela même en présence d'économies d'échelle et d'une concentration accrue[1]. Il nous apparaît que l'industrie américaine de l'automobile illustre de manière convaincante le raisonnement précédent; en effet, le fait que trois ou quatre constructeurs se partageaient le marché nord-américain de l'automobile n'était pas une raison suffisante pour nécessiter une intervention gouvernementale puisque la concurrence (potentielle puis très actuelle) étrangère permettrait la concurrence quant aux prix et à la qualité des produits offerts. Finalement, il est bien évident que nous pouvons trouver des exemples où une fusion entre deux ou plusieurs entreprises peut réduire substantiellement le degré de contestabilité sur un marché; dans un tel cas, il est bien évident que les lois antitrusts doivent continuer à s'appliquer.

---

1. Pour un exemple concret de ce type de raisonnement, voir E. Bailey, «Contestability and the Design of Regulatory and Antitrust Policy», American Economic Review, May 1981, p. 178-183.

5.3 Services professionnels et marchés contestables

La théorie des marchés contestables a été initialement développée dans le contexte des industries de service d'utilité publique. Généralement, ces industries sont caractérisées par des rendements croissants d'échelle et par des économies de diversification; pour ces raisons, ces industries étaient, du moins jusqu'à récemment, réglementées de deux manières : barrières légales à l'entrée et contrôle sur les tarifs demandés. Pour des raisons que nous n'avons pas à traiter ici, les gouvernements ont permis qu'une certaine concurrence puisse s'établir du moins sur certains marchés[1]. Comme nous l'avons vu dans les pages précédentes, le critère important pour déréglementer certains marchés est celui de savoir si ces marchés vérifient les hypothèses des marchés contestables.

Ce bref résumé étant fait, nous allons maintenant nous demander si cette théorie peut être appliquée de manière satisfaisante aux marchés des services professionnels et si oui, quelles conclusions nous pouvons en tirer. Avant d'aborder ce sujet, deux remarques s'imposent toutefois. Premièrement, cette théorie étant relativement récente, les économistes n'ont sûrement pas déduit

---

1. D'après E. Kane, «Technological and Regulatory Forces in the Developing Fusion of Financial-Services Competition», NBER, déc. 1983, il faut faire attention à l'utilisation du terme «déréglementation» pour caractériser ce qui se passe actuellement, surtout aux États-Unis, et cela pour deux raisons. Premièrement, ce terme donne l'impression que les décisions gouvernementales sont exogènes à l'activité économique et qu'en conséquence, les entreprises sont passives. Or, la réalité est tout le contraire : les entreprises modifient leur organisation pour réduire le fardeau des lois et des taxes. Deuxièmement, il ne faut pas perdre de vue que la déréglementation n'est pas totale, mais bien plutôt sélective et s'adapte aux nouvelles circonstances.

toutes ses implications; plus particulièrement beaucoup d'études empiriques restent à faire. Deuxièmement, à la connaissance des auteurs du présent rapport, c'est la première fois que cette théorie est appliquée au domaine de la tarification des services professionnels; notre étude devrait donc être vue tout au plus comme une première tentative, avec toutes les limitations que cela entraîne.

La théorie des marchés contestables étant fondamentalement une théorie de l'offre, nous allons donc dans ce qui suit analyser surtout les éléments qui composent l'offre dans le domaine des services professionnels. La démarche que nous allons suivre est la suivante : nous allons revoir successivement chacune des trois conditions qui définissent un marché contestable en fonction de l'industrie (ou de certains marchés) des services professionnels pour déterminer jusqu'à quel point elles sont satisfaites dans ce nouveau contexte. Simultanément à cette étude, nous allons nous demander si certaines barrières institutionnelles ne pourraient pas être abolies afin que certains marchés puissent devenir contestables, si le degré de contestabilité varie de manière évidente d'un marché à l'autre et finalement quel impact peut avoir la présente théorie sur la Loi relative aux enquêtes sur les coalitions appliquée aux marchés des services professionnels.

<u>La première condition</u> pour un marché contestable est que les professionnels entrant sur un marché donné aient accès aux mêmes techniques et aux mêmes marchés que les professionnels opérant déjà sur ce marché. Il est évident que dans notre contexte, le terme de technique peut être ambigu; toutefois, il peut désigner, d'une part, les techniques d'apprentissage que tout professionnel doit acquérir pour exercer son travail, et d'autre part, des instruments de travail (offices, ordinateurs, tables à dessin,

chaises de dentistes, etc.), que ce dernier doit nécessairement posséder. Dans le cadre réglementaire actuel, tout professionnel pour être membre d'une corporation professionnelle doit acquérir un minimum de connaissances théoriques et souvent effectuer un certain stage de sorte que ce premier aspect de la condition énoncée plus haut se trouve à être vérifiée (nous dirons de manière tautologique). De plus, il est également évident que tout professionnel d'une corporation a accès aux mêmes instruments de travail que ses confrères de la même profession (et souvent de d'autres professions). En d'autres termes, si nous excluons les aptitudes différentes entre professionnels, il n'y a donc pas de raisons techniques qui empêcheraient les nouveaux professionnels de concurrencer leurs aînés sur une même base (cf. toutefois la deuxième condition), c'est-à-dire à partir des mêmes «fonctions de coût».

Le deuxième aspect de la première condition a trait au libre accès des marchés. Le concept de marchés peut prendre une connotation économique et une connotation légale. Dans ce qui suit, nous allons nous attacher exclusivement à la connotation économique des marchés. Cette dernière fait, bien sûr, référence à la nature même des services professionnels offerts, services qui sont par définition multidimensionnels : le professionnel vend de l'information, vend un certificat (ou un rapport) qui certifie ou authentifie une transaction, etc[1]. Bien entendu, il peut arriver que ces différentes composantes soient indissociables les unes des autres, soit pour des raisons techniques, soit pour des raisons de coûts. Dans d'autres cas, la concurrence rend possible ce qui a priori ne le semblait pas; par exemple, depuis l'entrée en

1. En anglais, nous parlons d'«informational and transactional services» pour distinguer ces deux composantes d'un service professionnel.

vigueur de la concurrence sur les tarifs de courtiers en valeurs mobilières, nous avons vu se créer un nouveau marché, à savoir celui de courtiers qui ne prodiguent aucun conseil, ne font aucune recherche, leur tâche étant essentiellement d'enregistrer les commandes de leurs clients[1]. Bien entendu, puisque le service offert par ces courtiers est différent de celui offert par les «courtiers normaux», les tarifs demandés sont plus faibles; nous constatons toutefois qu'il y a une demande pour un tel marché. Cet exemple soulève au moins deux interrogations et permet de déduire au moins trois conclusions. La première interrogation est évidemment celle de savoir si cet exemple peut être généralisé à beaucoup d'autres services de nature professionnelle. Notre deuxième interrogation porte sur la qualité des services offerts. Un argument que l'on entend souvent contre une déréglementation des honoraires professionnels serait que cette nouvelle situation risquerait de réduire la qualité des services[2]. A part du grand

---

1. Nous pouvons facilement imaginer que le contraire puisse exister, i.e. une entreprise offrant exclusivement des conseils. En fait, cette situation n'est pas si exceptionnelle que cela; que l'on pense aux décorateurs qui ne possèdent pas de magasin de meubles ou ne vendent pas d'appareils de salle de bain, etc. Dans un domaine plus près de ce qui nous préoccupe, certaines firmes de consultants en «systèmes d'information» se font une publicité en disant qu'elles ne sont rattachées à aucune maison de «hardware»; elles ne prodiguent ou ne vendent que des conseils.
2. Ce danger de baisse dans la qualité des services a été et est constamment évoqué lorsque le législateur veut déréglementer un secteur d'activité; invariablement, on se rend compte qu'une fois la déréglementation effectuée la qualité du service ne s'est pas détériorée, mais souvent, au contraire, elle s'est accrue. Par exemple, dans le domaine de l'aviation commerciale, certains transporteurs aux États-Unis se sont spécialisés dans la clientèle «affaires» offrant ainsi un service de très haute qualité et exigeant bien sûr des tarifs élevés. Par contre, il existe également des «autobus du ciel» où on n'offre pratiquement aucun service; le tarif est évidemment en conséquence.

nombre de raisons que l'on peut avancer pour réfuter cet argument, nous pouvons ajouter la remarque suivante : peut-être avons-nous une trop grande qualité de services, c'est-à-dire qu'en présence d'un choix de qualités de services, il n'est pas évident que tous les consommateurs iraient invariablement vers la plus élevée, comme le montre l'exemple précédent. Malheureusement à l'heure actuelle, la réglementation ne leur permet de faire aucun choix, cette situation étant amplifiée par l'absence de publicité des services professionnels[1].

Les trois conclusions que l'on peut tirer sont les suivantes :

a) si les honoraires professionnels sont basés, du moins en partie, sur les coûts de fournir de tels services, il est certain que la fourniture d'un grand nombre de services par un même professionnel peut affecter sa structure de coûts. Une des conséquences probables de la concurrence par les prix (et partant de l'existence de la publicité) serait de spécialiser les professionnels dans un plus petit nombre de services[2]. De plus,

---

1. Il est assez incompréhensible que les corporations professionnelles refusent à leurs membres de faire certains types de publicité, et cela pour au moins deux raisons. Premièrement, comme nous l'avons vu dans le deuxième chapitre, les services professionnels se caractérisent par des coûts d'information très élevés; or, c'est précisément dans un tel contexte qu'un investissement en publicité prend toute sa rentabilité. Deuxièmement, le fait de posséder une solide réputation (a reputable history) est un actif que la firme possède et à laquelle le client éventuel peut se référer lorsque l'information n'est pas gratuite; or, dans le contexte actuel, la firme peut difficilement exploiter cet actif et seuls les clients débrouillards peuvent obtenir cette information.
2. Par exemple, aux États-Unis où la publicité est permise du moins pour les services juridiques, de grands bureaux d'avocats sont spécialisés, par exemple, dans le droit corporatif. Toutefois, il se pourrait que l'innovation informatique actuelle puisse mofifier cette situation.

les professionnels pourraient être forcés de décomposer leurs tarifs selon l'importance relative de leurs coûts.

b) En termes de politique économique, l'accent devrait être mis sur les caractéristiques des marchés à satisfaire, non sur la formation des professionnels comme c'est le cas actuellement. Pour certains marchés, il est possible que plusieurs professionnels ayant des formations différentes puissent satisfaire les besoins des agents économiques, alors que pour d'autres marchés, tel n'est sûrement pas le cas. L'établissement des prix de revient dans une entreprise peut être un exemple d'un marché pouvant être satisfait par plusieurs types de professionnels, alors qu'une opération chirurgicale hautement spécialisée ne peut être du ressort que d'un petit groupe de professionnels.

Dans cette même ligne de pensée, la distinction entre professionnel à exercice exclusif et ceux à titre réservé ne devrait pas être basée exclusivement sur la formation antérieure des personnes, mais bien plutôt sur le type de marchés sur lesquels ces professionnels seront appelés à opérer.

Dans un contexte de politique économique, il se peut qu'à un moment donné, l'évolution technologique ne permette pas qu'un marché soit contestable, mais que le même marché puisse le devenir dans une autre étape de l'innovation technologique. Il se peut que de nouveaux services apparaissent suite à certaines découvertes techniques. Par exemple, la révolution informatique va révolutionner la formation des états financiers d'une entreprise; ainsi, à l'heure actuelle, il est possible en peu de temps d'établir le bilan d'une entreprise ayant des filiales à travers le monde, ce qui était impossible il y a quelques années. De la même façon, l'apparition de machines à traitement de texte

va faciliter certains travaux des notaires, la mise sur micro-ordinateur de la jurisprudence va accélérer le travail des avocats, la conceptualisation de plans et de maquettes par ordinateur, celui des ingénieurs et des architectes, l'établissement de banques de données, quant aux transactions immobilières dans une ville ou un quartier, va révolutionner le travail des évaluateurs agréés. La caractéristique commune à tous ces exemples est que grâce à la révolution informatique, plusieurs des informations qui n'étaient accessibles, que suite à un travail de plusieurs heures, et souvent accumulées par l'expérience, vont maintenant être facilement transférables d'un professionnel à l'autre ou même à toutes autres personnes intéressées au sujet en question. En d'autres termes, la révolution informatique va permettre, ou va accroître, le degré de contestabilité des services professionnels[1]. Il est à craindre qu'en l'absence de concurrence sur les tarifs et la publicité, les professionnels aient moins d'incitations à introduire ces innovations dans leurs activités, comme cela s'est vu dans d'autres industries réglementées. Un des effets positifs de la concurrence est d'accélérer l'implantation de nouveaux processus de production

---

1. En termes techniques, nous dirons que l'innovation technologique risque d'élargir les économies de diversification, i.e., que les coûts d'offrir deux ou plusieurs services par la même firme seront moindres que si ces services étaient offerts par deux firmes spécialisées, chacune d'elles n'offrant qu'un service. Cette caractéristique des coûts motive peut-être les notaires à se lancer plus à fond dans le courtage immobilier. Ou, ce n'est peut-être qu'un exemple d'interfinancement entre services dont les tarifs sont réglementés et ceux qui ne le sont pas (cf. point c).

(ici d'information) et partant d'accroître la qualité des services, en plus de s'ouvrir à de nouveaux marchés[1].

D'ailleurs, il nous semble que ce sujet devrait faire l'objet d'une étude en soi, non pas seulement pour évaluer la conclusion que nous venons d'émettre, mais pour juger d'autres dimensions de l'impact de cette révolution, la confidentialité des informations transmises par le client au professionnel, par exemple.

c) La troisième conclusion porte sur les champs d'activité des professionnels et sur les problèmes d'interfinancement entre marchés. Le code de déontologie de certains professions empêche les membres de ces corporations de pratiquer certaines activités : par exemple, la corporation des physiothérapeutes interdit à ses membres d'opérer des boutiques d'esthétique, ainsi que des commerces d'appareils de rééducation physique. D'autres corporations permettent, sous certaines conditions, la création de filiales pour exercer des activités non-réglementées. Par exemple, la Corporation des comptables agréés, permet à ses membres de posséder des filiales, disons dans le domaine informatique, domaine où la concurrence prévaut. Dans de telles situations, il y a un réel danger que l'entreprise en question fasse financer ses activités concurrentielles par ses marchés protégés, entraînant par là une concurrence déloyale sur les marchés non protégés. Afin d'éliminer cette possibilité

---

1. L'innovation technologique est en train de modifier substantiellement l'industrie des services financiers, industrie s'apparentant à celle des services professionnels, en ce sens qu'elle offre des services d'information (conseils, data processing, communications) aussi bien que des services transactionnels (exécution d'ordres de transaction et de paiement, location de fonds bi-directionnels et services de partage de risque, par exemple); on ne voit pas pourquoi l'innovation technologique n'aurait pas les mêmes conséquences sur les services professionnels.

d'interfinancement, il est nécessaire que les tarifs soient déréglementés, afin que tous les marchés puissent se concurrencer sur les mêmes bases.

La deuxième condition pour qu'un marché soit contestable est qu'il n'existe pas de barrières légales à l'entrée ou à la sortie de l'industrie, et en particulier peu de coûts irréversibles. Il est évident que dans le contexte actuel de la réglementation, il existe beaucoup de barrières à l'entrée dans les professions, et dans le cas de professions à d'exercice exclusif, sur les marchés correspondants. Toutefois, selon une conclusion du Conseil économique du Canada[1] : «Certaines professions réglementées ont connu récemment des taux de croissance élevés, par exemple la médecine, l'art dentaire et le droit; cette observation devrait nous mettre en garde d'accorder une trop grande importance aux barrières à l'entrée dans certaines professions». Quant aux barrières institutionnelles qui limitent la sortie de son marché, il nous apparaît que le professionnel peut dans la plupart des cas se retirer de l'industrie sans coûts trop élevés, une des raisons étant que les coût fixes sont relativement faibles. Le principal problème est celui de la conservation des dossiers du professionnel voulant quitter sa pratique; les codes de déontologie de toutes les professions doivent contenir des provisions à cet effet. D'ailleurs, nous voyons mal pourquoi un professionnel refuserait d'agrandir sa clientèle en ne prenant pas les dossiers d'un collègue qui quitte la profession.

---

1. Pour une réforme de la réglementation, Conseil économique du Canada, ministère des Approvisionnements et Services, 1981, p. 135. Les taux de croissance des membres des différentes corporations professionnelles, tels qu'ils apparaissent à l'annexe 11.2 du Rapport annuel 1981-1982 de l'Office des professions confirment également cette évaluation du Conseil économique.

Il nous reste maintenant à examiner le problème des coûts irréversibles qui, nous l'avons vu, constituent la principale barrière à la concurrence potentielle. Pour un professionnel voulant exercer en pratique privée, les coûts qu'il doit supporter sont de trois ordres : les coûts de formation, les coûts de se «monter» une clientèle et finalement les coûts d'installation. Si nous excluons les dentistes, pour qui les coûts fixes d'installation peuvent être substantiels, il ne nous apparaît pas que tel soit le cas des autres professions. De toute façon, ces coûts ne sont pas irréversibles. Tel n'est toutefois pas le cas des deux premiers types de coûts. Les coûts de formation pour un professionnel sont substantiels; toutefois, si pour une raison ou une autre, il ne peut exercer en pratique privée, il existe plusieurs autres marchés où la compétence du professionnel pourra être utilisée. Donc, dans la mesure où il existe d'autres marchés pour employer un professionnel de qualification donnée, ses coûts irréversibles de formation se trouvent à être substantiellement réduits. Dans ce contexte, nous pouvons comparer la formation d'un notaire et celle d'un agent d'immeubles; dans le cas du notaire, sa formation est plus longue et plus diversifiée que celle de l'agent d'immeubles. Les connaissances du notaire étant facilement transférables d'une activité à l'autre, ce dernier trouvera à s'employer plus facilement qu'un agent d'immeubles. Un autre exemple peut-être plus frappant est celui des hygiénistes dentaires : puisque la Loi les oblige à vendre leurs services aux dentistes (qui lui les revend au public), si ces derniers, pour diverses raisons ne peuvent plus les employer, alors ces techniciens se retrouveront en chômage (ou du moins devront travailler dans d'autres types d'activités, qui peuvent n'avoir rien de rapproché avec leurs connaissances). Il est donc plus risqué, toutes proportions gardées, d'investir dans une formation en hygiène dentaire qu'en études juridiques.

Le principal coût irréversible pour un professionnel est celui de se constituer une clientèle et de la conserver. Ces coûts peuvent être importants (publicité et autres dépenses) et peuvent prendre un certain temps avant de produire des dividendes, au point que plusieurs professionnels prennent la voie du salariat, soit dans des bureaux déjà établis, soit dans les entreprises publiques ou privés. Cette caractéristique importante dans l'offre des services professionnels peut être un obstacle majeur à ce qu'une concurrence potentielle efficace puisse s'exercer pour ces services. Bien sûr, nous pourrions chercher à réduire cet obstacle en favorisant une situation de concurrence entre les nouveaux professionnels et ceux déjà bien établis, par exemple en permettant une publicité qui permettrait d'afficher les spécialités des professionnels. Mais malgré cela, la personne qui veut régler un divorce, finaliser un important contrat ou se faire soigner, aura naturellement tendance à se diriger vers ceux qui on une «solide réputation»[1].

Cette présence de coûts irréversibles ne doit pas être mise en contradiction avec le fait que le nombre de professionnels s'est accru de manière importante dans plusieurs professions et qu'ainsi les barrières à l'entrée «n'interviennent que pour peu dans le coût de la réglementation»[2]. En effet, il nous faudrait

---

1. Bien que les coûts pour se créer une solide réputation peuvent être substantiels, ils sont relativement mineurs comparés à ceux qu'un professionnel devrait supporter pour se créer une «nouvelle image» si, suite à de mauvaises pratiques, il ne peut exercer sa profession pendant un certain temps. Cette éventualité peut donc être un frein important à une détérioration évidente de la qualité. D'ailleurs, plusieurs études empiriques récentes montrent que les professionnels se soucient beaucoup de leur réputation, et ne sont donc pas prêts à prendre des risques avec la qualité des services.
2. Rapport cité du Conseil économique du Canada, page 141.

connaître, par profession, le type d'emplois que les nouveaux professionnels choisissent (salariat ou à leur propre compte) ou, en d'autres termes, si dans les professions où la pratique privé prédomine, il y a une concentration de plus en plus forte de bureaux.

La troisième condition qui définit un marché contestable, stipule que les firmes où les professionnels déjà dans l'industrie ne varient leurs tarifs qu'avec un retard par rapport à ceux pratiqués par les nouveaux arrivants. Nous ne voyons pas comment cette condition serait satisfaite pour les services professionnels, lorsqu'une concurrence sur les tarifs est permise et lorsque la publicité pour les annoncer est également permise. Toutefois, nous pouvons faire trois remarques qui pourraient nous faire penser qu'une telle condition est possible, du moins pour une très courte période.

a) Il est fort possible qu'en présence d'une concurrence sur les tarifs, les nouveaux professionnels n'offrent pas le «même produit» que les professionnels existants. Les courtiers en valeurs mobilières constituent un tel exemple. Dans ce cas, les professionnels déjà dans l'industrie peuvent décider de conserver la même grille tarifaire qu'avant l'arrivée de la concurrence. Ce qui est plus probable toutefois, c'est qu'ils modifieront la structure de leurs tarifs. De plus, les professionnels déjà dans l'industrie peuvent penser qu'une «bonne réputation ça doit se payer» et qu'en conséquence ils seront réticents à abaisser leurs tarifs au niveau de ceux de la concurrence.

   Par exemple, une étude empirique récente[1] montre qu'il y a une relation entre le mode de tarification des services juridiques

---

1. Smith et Cox (1983).

et la réputation du bureau d'avocats. Par exemple, les firmes légales qui utilisent les tarifs horaires (donc le client paie ex post, i.e. une fois le service fourni) sont celles qui ont beaucoup de personnel et dont la réputation est solidement établie dans leur communauté. De plus, ce tarif est supérieur à l'équivalent horaire du tarif forfaitaire (i.e. tarif déterminé ex ante, avant la fourniture du service) utilisé davantage par les firmes n'ayant pas une réputation aussi solide que les précédentes. Les nouveaux professionnels qui entrent sur un marché, afin de se créer une clientèle et une réputation, doivent donc demander des tarifs forfaitaires (ex ante) et offrir des services de qualité, sinon ils sont condamnés à disparaître. D'après les auteurs de cette étude, les consommateurs, en manifestant leur préférence pour un mode de rémunération plutôt qu'un autre, s'identifient eux-mêmes comme demandeurs de services de plus ou moins haute qualité.

b) En l'absence de rendements croissants à l'échelle, il se peut que le coût marginal de fournir le «même service» soit supérieur dans un grand bureau que dans un petit, et conséquemment, que la marge de manoeuvre du grand bureau soit plus faible que celui du petit. Cette possibilité est d'autant plus vraie que les grands bureaux, par exemple les comptables agréés, offrent un ensemble de services intégrés dont certains ne sont pas réglementés. Si, comme nous l'avons dit précédemment, une possibilité d'interfinancement existe entre les services, le grand bureau sera réticent à réduire ses tarifs sur les services réglementés, alors que le nouveau professionnel n'aura pas cette contrainte.

c) D'après une étude faite pour le compte de Consommation et Corporations Canada, pour le recensement de 1970, l'établissement des taux d'honoraires, les restrictions de mobilité et de publicité pour cinq professions (médecine, droit, art dentaire, architecture, médecine vétérinaire) ont permis l'accroissement des revenus moyens des professionnels à l'étude de 11,8 %, 10,8 % et 4,3 % respectivement, de plus que ceux des professions non restrictives[1]. Il est évident qu'une élimination de ces trois restrictions devrait entraîner une baisse de ces revenus moyens au niveau de ceux des professions où de telles restrictions n'existent pas, si les marchés des services professionnels sont des marchés contestables. Le nouveau professionnel, en l'absence de ces restrictions, a donc la possibilité de réduire les tarifs et, malgré cela, de faire un revenu qui se compare avec ceux de d'autres professions. Il se pourrait même, dépendamment de l'élasticité de la demande pour ses services, que cette baisse de tarifs se traduise par un accroissement de revenus.

5.4 Conclusion

De l'étude précédente que pouvons-nous conclure ? Est-ce que les marchés de services professionnels sont, ou pourraient devenir des marchés contestables ? Au niveau des principes où nous nous sommes situés, nous serions portés à conclure que ces marchés ont beaucoup de caractéristiques des marchés contestables, du moins en ce qui concerne le côté offre de ces services. Il est certain

---

1. Réglementation professionnelle et politique de concurrence : effets de la réglementation sur les disparités de revenus et de rendement, par T. Muzondo et B. Pazderka, Monographie no 5, Bureau de la politique de concurrence, Direction de la recherche, 1979, Catalogue no RG54-115F.

toutefois que cette conclusion pourrait être nuancée pour des motifs très particuliers; mais ce devrait être aux professionnels de ces marchés de faire la preuve que ces derniers ne sont pas contestables plutôt que d'adopter la règle inverse qui consistera à penser que ces marchés ne sont pas contestables a priori. Il suit donc que les tarifs sur ces marchés doivent être laissés au libre jeu de la concurrence tout en sachant que d'une part il y aura restructuration des tarifs et que d'autre part il y aura un éventail annoncé dans la qualité des services offerts. Mais pour atteindre ces objectifs, il faut que les barrières qui empêchent que ces marchés soient contestables, ou les limitent, soient abolies; nous pensons entre autres à l'interdiction de faire de la publicité.

Il nous apparaît également, que si un marché ne peut être un marché contestable, par exemple lors de la fourniture d'un service ultra-spécialisé, i.e. là où la concurrence au moins potentielle ne peut jouer, le demandeur de tels services a toutes les chances d'être quelqu'un (personne physique ou morale) qui peut évaluer la complexité de la transaction.

Il est évident que tout au long de cette étude, nous avons fait implicitement deux types d'hypothèses. La première hypothèse veut que les institutions qui sont en place pour sauvegarder la protection du public (Office des professions, codes de déontologie, comités de discipline, recours judiciaires) continueront à survivre suite à une déréglementation des tarifs et des contraintes sur la publicité. Notre deuxième vision est que le client-consommateur n'est pas aussi idiot, aussi mal informé que l'on veut bien souvent nous le faire croire, incapable d'avoir un sens critique sur les conseils fournis et sur la qualité des services fournis et les professionnels des personnes qui ne se soucient pas de leur réputation à long terme.

TROISIÈME PARTIE

VERS UNE RÉFORME DE LA RÉGLEMENTATION DES SERVICES PROFESSIONNELS

6. LE PROCESSUS DE LA RÉGLEMENTATION ET LA PROTECTION DU PUBLIC

6.1 Introduction : le choix d'un cadre réglementaire

Dans la première partie de ce rapport, nous avons identifié les besoins de protection du public (chapitre 2), et nous avons examiné à la lumière des travaux empiriques les effets de la réglementation des marchés de services professionnels (chapitre 3). Dans la seconde partie, nous avons comparé cette réglementation à celle qui se pratique dans deux autres secteurs d'activité, où l'on a fait l'expérience d'une certaine déréglementation (chapitre 4); puis, nous avons vu comment on peut appliquer aux marchés des services professionnels la théorie économique des marchés contestables, qui a guidé plusieurs expériences de déréglementation. Nous passons maintenant à la discussion du choix des moyens, c'est-à-dire du meilleur cadre institutionnel et des règlements les plus appropriés pour assurer la protection du public.

Plus précisément, nous adoptons à l'égard de la relation entre le professionnel et son client la même approche générale que Williamson (1979) à l'égard des transactions commerciales. Ce dernier écrit :

> «The criterion for organizing commercial transactions is assumed to be the strictly instrumental one of cost economizing. Essentially, this takes two parts : economizing on production expense and economizing on transaction costs. (...) Economizing on transaction costs essentially reduces to economizing on bounded rationality while simultaneously safeguarding the transactions in question against the hazards of opportunism». (Williamson, 1979, p. 245-246).

Ainsi, suivant l'approche «néo-institutionnaliste» de Williamson, le meilleur cadre institutionnel est celui qui permet de minimiser

la somme des coûts de production et des coûts de transaction. Réduire les coûts de transaction, cela veut dire faire l'économie de la capacité de rationalité des participants, qui n'est pas illimitée (bounded rationality), tout en garantissant les transactions contre l'opportunisme des parties. Cet énoncé mérite quelques explications.

D'abord, on y reconnaît explicitement qu'il y a des limites à la capacité qu'ont les êtres humains de recevoir, de mémoriser et de traiter de l'information. Cette capacité limitée de rationalité constitue donc une ressource rare[1] qu'il faut chercher à utiliser le mieux possible, sans gaspillage.

Quant à l'opportunisme, Williamson le définit ainsi :

> «Opportunism is a variety of self-interest seeking but extends simple self-interest seeking to include self-interest seeking with guile. It is not necessary that all agents be regarded as opportunistic in identical degree. It suffices that those who are less opportunistic than others are difficult to ascertain ex ante and that, even among the less opportunistic, most have their price» (Williamson, 1979, p. 234, note 3).

Depuis Adam Smith, la science économique se fonde sur l'hypothèse que chacun recherche son intérêt propre ou, de façon plus nuancée, que l'altruisme est une motivation secondaire dans la vie économique. Dans la même tradition réaliste, Williamson affirme qu'on ne peut fonder ni l'étude du comportement économique, ni le choix d'un cadre institutionnel sur l'hypothèse erronée qu'aucune des parties à une transaction n'abusera d'une situation avantageuse.

---

1. La science économique qualifie de «rare» tout ce qui n'est pas assez abondant pour suffire à toutes les utilisations imaginables.

Dans un système où la confiance entre parties n'est pas soutenue par les institutions, les coûts de transaction sont donc plus élevés : chaque partie doit consacrer plus de ressources, et en particulier une plus grande part de sa capacité de rationalité, à se protéger contre l'opportunisme possible de l'autre. Ces coûts de transaction, comme une taxe qui serait versée en tribut aux faiblesses de la nature humaine, privent la société d'une partie des échanges mutuellement avantageux qui auraient pu se conclure.

Sur les marché des services professionnels, nous avons vu en 2.4 que ce même phénomène se produit pour certaines transactions : ces transactions possèdent des caractéristiques, que nous avons identifiées, et qui ont pour effet de faire augmenter les coûts de transaction, à cause des coûts d'information et du risque[1] que doit assumer le consommateur.

Dans ces conditions, la réglementation s'attaque simultanément aux problèmes d'équité et d'efficacité : en protégeant le public consommateur contre l'opportunisme de certains producteurs de services, elle réduit les coûts de transaction.

Mais la réglementation elle-même comporte des coûts, non seulement des coûts administratifs et bureaucratiques, mais des effets secondaires indésirables. Au chapitre 3, nous avons présenté de nombreuses études empiriques qui documentaient l'existence de ces effets. De plus, la théorie des marchés contestables, présentée au chapitre 5, prédit que la réglementation, en mettant certains marchés à l'abri de la contestation, peut créer des rentes de monopole.

---

1. Selon la terminologie de Williamson, il s'agit du risque que fait courir au consommateur l'opportunisme de certains professionnels.

La réglementation offre donc des bénéfices (réduction de certains coûts de transaction) et des coûts. C'est ce simple constat qui constitue le fondement de la thèse proposée par le Conseil économique du Canada (1981) : il faut soupeser coûts et bénéfices et ne retenir de la réglementation que ce qui procure à la société un avantage net. Cette approche a donc le mérite de renvoyer dos à dos la doctrine de la déréglementation totale et la doctrine de la défaillance universelle des marchés.

Mais la vision du Conseil, et celui-ci en est tout à fait conscient, a quelque chose d'idéal, qui ne correspond pas à la réalité du processus politique de la réglementation. Or, ce processus a fait l'objet de réflexion de la part des économistes; les théories qu'ils ont élaborées sont discutés à la section suivante.

6.2 Théories de la réglementation et de l'auto-réglementation

6.2.1 Introduction

Dans leur rapport sur la réglementation professionnelle et la politique de concurrence, Muzondo et Pazderka (1979) avancent cinq raisons pour lesquelles le contrôle de l'activité professionnelle a été substantiellement repensé. Ces raisons sont les suivantes :

i) De nouvelles professions sont apparues et réclament un statut juridique; tel est le cas par exemple des chiropraticiens, les denturologues et les technologues en sciences appliquées. Ces nouvelles professions entraînent une redéfinition des frontières de compétence entre ces nouveaux groupes et les corporations existantes.

ii) Certains gouvernements prennant à leur charge les coûts de certains services professionnels; ceci est particulièrement évident dans le domaine de la santé, mais on peut également penser à l'aide juridique et même aux subventions données par les gouvernements aux petites entreprises pour l'engagement d'administrateurs professionnels.

iii) La Loi relative aux enquêtes sur les coalitions a comme effet de soumettre le secteur des services au champ d'application de la loi canadienne de la concurrence. Toutefois, comme le rapport du Conseil économique[1] le mentionne (p. 144), nous n'avons aucune assurance que cette loi solutionnera les problèmes actuels d'entraves à la concurrence dans ces services tant que les tribunaux ne se seront pas prononcés sur un certain nombre de cas.

iv) L'influence des mouvements de consommateurs se fait de plus en plus sentir; le public veut plus d'informations sur les décisions touchant l'accès aux services professionnels, leur qualité ainsi que leur prix.

v) Finalement, il semble y avoir un accroissement d'intérêt pour l'économique des professions à cause du déséquilibre qui semble exister entre l'offre de services professionnels et la demande de tels services; ce déséquilibre est bien apparent dans plusieurs régions du Québec. Également, depuis quelque temps on entend dire, surtout des médecins mais également des avocats, que le déséquilibre inverse existe (ou risque d'exister prochainement), i.e. qu'il y a trop de ce type de professionnels.

---

1. Pour une réforme de la réglementation, C.E.C., 1981 (i.e. il y a 3 ans).

Toutefois bien que le contrôle des professions ait été repensé, l'objectif fondamental a également fait l'objet d'une réflexion aussi intense. En effet, l'objectif fondamental de la «protection du public» comme principe moteur de la réglementation des services professionnels n'a pas été remis en cause, jusqu'à récemment, puisque la société y voyait au moins les trois avantages suivants. Premièrement, compte tenu du manque de connaissances techniques de la part des consommateurs des services professionnels, un contrôle de ces derniers a pour effet de diminuer l'incertitude en réduisant les écarts de qualité et en augmentant la qualité moyenne des services offerts par les praticiens. Deuxièmement, puisque les coûts privés de plusieurs de ces services sont inférieurs aux coûts sociaux à cause des externalités négatives que ce type de services peuvent générer, leur contrôle permet donc de réduire ces coûts sociaux toujours par l'augmentation de la qualité. Finalement, par un contrôle adéquat de l'entrée dans une profession, la société se trouve donc automatiquement mieux renseignée et conséquemment réduit les probabilités qu'un consommateur individuel puisse subir des dommages.

Malgré ces avantages évidents, certains doutes d'ordre économique se sont manifestés plus ou moins ouvertement. Par exemple, on s'est demandé si le droit au titre réservé ne pouvait pas donner la même information que le droit d'exercice exclusif. On s'est également demandé si ce dernier droit n'entraînait pas plutôt un pouvoir monopolistique, donc contraire à l'intérêt public : en effet, si le droit d'exercice exclusif faisait diminuer la quantité des services offerts, donc augmenter les tarifs, il ferait finalement diminuer la qualité moyenne des services consommés, les consommateurs se tournant vers des substituts inférieurs. On s'est également interrogé pour savoir si la réglementation, plutôt que de réduire l'incertitude, ne l'accroissait pas du fait qu'à un moment donné, les nouveaux

membres d'une profession doivent satisfaire à des normes que les anciens membres ne sont pas obligés de respecter (tel est le cas des évaluateurs agréés par exemple); d'ailleurs pour aucune des corporations des examens périodiques ne sont exigés des membres. Finalement, on continue à s'interroger pour savoir si la fixation des tarifs par les corporations professionnelles est une mesure nécessaire pour assurer la protection du public, et si l'interdiction d'annoncer sa compétence professionnelle, pour certains professionnels, est la meilleure manière de renseigner le public !

Bien sûr, plusieurs de ces interrogations prennent leur source dans les résultats d'études empiriques comme celles que nous avons recensées au chapitre 3. Ces interrogations se sont également alimentées des réflexions que les économistes, politicologues et autres ont faites, d'une part, sur les principes qui doivent (ou devraient) guider l'État (ou ses agences) lorsqu'il intervient dans l'activité économique et d'autre part, sur les conséquences de ces interventions.

La littérature concernant les théories de la réglementation est devenue immense en quelques années[1]; nous pourions dire que plus un sujet est mal connu et plus on se penche (et on écrit!) sur lui. Il est évident que nous n'avons pas la prétention de couvrir complètement ces théories mais bien plutôt d'en donner un bref aperçu afin de situer la théorie de l'intérêt public par rapport à l'ensemble des théories, d'une part, et d'évaluer les théories de l'auto-réglementation, d'autre part. D'ailleurs, nous verrons qu'il existe certaines similitudes entre ces deux classes de théories.

---

1. Pour s'en convaincre, le lecteur pourra consulter le survol de Joskow, P. et Noll, R., «Regulation in Theory and Pratice : An Overview», California Institute of Technology, Social Science Working Paper, No. 213, May 1978, 113 pages.

Il existe principalement trois théories de la réglementation, à savoir la théorie de l'intérêt public, la théorie du noyautage (capture theory) et finalement la théorie économique de la réglementation. Quant aux objectifs sous-jacents à l'auto-réglementation, plusieurs modèles du processus politique ont été avancés pour expliquer ce mode de réglementation; nous allons en étudier deux, à savoir le modèle de la protection du producteur et le modèle des phases politiques.

6.2.2 Théories de la réglementation

(i) Théorie de l'intérêt public

La théorie de l'intérêt public, dans sa forme initiale, soutient que la réglementation gouvernementale est offerte en réponse à la demande du public pour corriger les pratiques inefficaces ou inéquitables qui résulteraient si les marchés étaient laissés à eux-mêmes. Cette hypothèse d'inefficacité des marchés, combinée à l'hypothèse voulant que la réglementation soit virtuellement sans coûts, semble avoir été à la base de la pensée des économistes concernant la politique économique, entre les années 1887 et 1958.

Si cette théorie était correcte, on devrait pouvoir discerner une imperfection de marchés derrière chaque schéma d'intervention gouvernementale. En particulier, nous devrions retrouver la réglementation, d'une part, dans les industries hautement concentrées puisque c'est dans ces industries que les dangers de monopole sont les plus grands, et d'autre part, dans les industries qui génèrent des coûts et des bénéfices externes substantiels. En fait, tel ne semble pas être toujours le cas; ainsi peu de spécialistes croient que des industries comme celles du taxi ou du courtage, par exemple, possèdent les particularités

mentionnées précédemment qui justifieraient une réglementation de leurs tarifs ou de l'entrée de concurrents. De plus, la conception du gouvernement comme instrument «sans coût et digne de confiance» pour modifier le comportement du marché a été battue en brèche, et cela pour au moins deux raisons. Premièrement, les coûts du support des agences de réglementation ne sont pas négligeables et deuxièmement, il est évident aujourd'hui que d'autres inefficacités et inéquités sont créées par l'intervention de l'État dans l'économie. En d'autres termes, la philosophie actuelle dans les études sur la réglementation économique est de se demander si ces dernières inefficacités sont supérieures ou inférieures à celles qui résulteraient si les marchés étaient laissés à eux-mêmes. Finalement, peu d'études empiriques ont démontré que des schémas particuliers d'intervention du gouvernement pouvaient être expliqués par le fait qu'ils accroissaient la richesse, ou sur la base d'un quelconque critère d'équité ou de justice sociale.

La théorie de l'intérêt public a été reformulée dans au moins deux directions. La première reformulation veut que les agences de réglementation soient créées pour des fins publiques mais qu'elles soient mal administrées, avec le résultat que leurs objectifs ne sont pas toujours atteints. Cette reformulation est insatisfaisante pour plusieurs raisons.

1) Il n'existe aucune théorie convaincante qui montrerait pourquoi ces agences devraient être moins efficaces que d'autres organisations.

2) Cette théorie ne tient pas compte du fait que les responsables des agences sont redevables devant le législateur et devant l'exécutif.

3) Elle ne reconnaît pas que certains résultats socialement indésirables de la réglementation sont fréquemment demandés par certains groupes qui influencent les législations.

4) Finalement, peu d'exemples empiriques ont réussi à montrer la mauvaise administration des agences de réglementation. Ainsi, la critique la plus fréquente voulant que les agences fonctionnent cas par cas est une critique extrêmement superficielle puisqu'elle ignore, d'une part, la difficulté de prévoir le futur à long terme et d'autre part, les conséquences désastreuses pour les agences qui se sont engagées dans un tel processus de planification.

La seconde reformulation de la théorie de l'intérêt public accepte l'idée que la réglementation est une tentative honnête pour promouvoir l'intérêt public mais elle suggère que cette tentative est souvent infructueuse, compte tenu des deux facteurs suivants :

1) le caractère souvent non-opérationnel de plusieurs tâches qui sont assignées aux agences de réglementation (par exemple, l'obligation faite que les services soient offerts à des tarifs justes et raisonnables, sans discrimination indue);

2) les budgets souvent limités auxquels les agences sont astreintes, relativement aux tâches à accomplir;

En conclusion, la théorie de l'intérêt public, quelle que soit la version retenue ne contient aucun mécanisme par lequel la perception des intérêts du public se traduit en législation.

(ii) Théorie du noyautage (capture theory)

La théorie selon laquelle la réglementation économique n'est pas du tout pour l'intérêt public, mais est un processus par lequel les groupes de pression cherchent à promouvoir leurs intérêts privés, prend plusieurs formes distinctes. Une première version, prônée par les marxistes et les Ralph Nader, peut se résumer grossièrement dans le syllogisme suivant : les capitalistes contrôlent les institutions de notre société; parmi ces institutions il y a les agences de réglementation; en conséquence les capitalistes doivent contrôler la réglementation. D'après Posner, ce syllogisme est faux puisqu'une grande partie de la réglementation économique sert les intérêts des petits capitalistes ou même de non-capitalistes tels les syndicats. Ainsi, de telles formes de réglementation sont totalement inexpliquées (ou ignorées) dans cette version de la théorie du noyautage.

Une autre version de la théorie de la captivité découle de la science politique (ex. Bentley, Truman), qui a cherché à mettre en évidence l'importance des groupes de pression dans la formulation de politique publique, tant législative qu'administrative. Mais il semble que leur travail est presqu'entièrement vide de toute théorie. Par exemple, les politicologues ne nous disent pas pourquoi certains intérêts sont effectivement représentés dans le processus politique alors que d'autres ne le sont pas, ni sous quelles conditions les groupes de pression réussissent ou échouent dans la recherche de législations favorables.

Certains politicologues avancent la théorie qu'avec le temps les agences de réglementation viennent à être dominées par les industries qu'elles sont censées réglementer. Cette théorie avance donc l'idée qu'un groupe de pression particulier - les

entreprises réglementées - prévaut dans la lutte pour influencer la législation, et prédit une certaine séquence. Cependant cette théorie est insatisfaisante pour au moins deux raisons.

a) Elle est similaire à la théorie de l'intérêt public;

b) Ce que nous avons appelé généreusement «théorie» est en réalité une hypothèse sans aucun fondement théorique. Par exemple, aucune raison n'est suggérée pour expliquer pourquoi l'industrie réglementée devrait être le seul groupe de pression capable d'influencer les agences. Que fait-on des consommateurs. Également, aucune raison n'est donnée pour expliquer pourquoi les entreprises seraient capables d'influencer les agences existantes, mais jamais de pousser la création d'une agence qui défendrait leurs intérêts, ou pourquoi une industrie suffisamment forte pour contrôler une agence ne pourrait pas empêcher sa création.

Cette théorie ne répond pas à ces questions. De plus, elle est contredite par les trois exemples importants suivants.

a) Comment justifier des commissions comme la Commision d'enquête sur l'intégration Bell-Northern, ou le rôle actuel de l'Office des professions ? Ceci est contraire à ce que prévoit la théorie du noyautage pour l'industrie réglementée.

b) Cette théorie n'a aucun pouvoir de prédiction lorsqu'une seule agence réglemente des industries séparées ayant des intérêts contradictoires. Et tel est le cas des corporations professionnelles.

c) Souvent d'après Posner, les intérêts défendus par les agences sont ceux des groupes de consommateurs plutôt que ceux des firmes réglementées.

(iii) La théorie économique de la réglementation

Cette théorie proposée par G. Stigler, tout comme celle de la captivité énoncée par les politicologues, suggère que la réglementation économique sert les intérêts privés des groupes politiques efficaces. Toutefois, cette théorie, qui accepte les hypothèses habituelles de la théorie économique, est plus précise et plus facilement vérifiable que la «théorie» politique. La théorie économique insiste sur le fait que la réglementation peut être expliquée comme le résultat des forces de l'offre et de la demande.

La théorie économique de la réglementation est basée sur deux constatations simples mais importantes.

a) Puisque le pouvoir coercitif du gouvernement peut être utilisé pour donner des bénéfices tangibles à des individus particuliers ou groupes, la réglementation économique - l'expression ou la manifestation de ce pouvoir dans la sphère économique - peut être vue comme un produit dont l'allocation est gouvernée par les lois d'offre et de demande.

b) La théorie des cartels (jeux coopératifs) peut nous aider dans la détermination de ces lois.

Bien entendu, en regardant la réglementation comme un produit alloué selon les principes de base de l'offre et de la demande, on est conduit à étudier les facteurs qui ont trait à la valeur de la réglementation pour certains individus. Cette approche conduit également à s'interroger sur les coûts d'obtenir une telle réglementation. La théorie des cartels éclaire ces deux aspects, bénéfices et coûts. Cette théorie enseigne que, plus faible est l'élasticité de la demande et plus élevés sont les coûts d'entrée

dans l'industrie, plus grande est la valeur de la cartellisation. La théorie identifie deux coûts importants :

1) coût que supportent les vendeurs afin d'arriver à une entente sur le prix à demander et sur les quantités produites par chaque membre;

2) coût de faire respecter les ententes du cartel contre les non-participants ou les membres sortant. En d'autres termes, il existe un problème de «free rider».

Puisque les effets de la réglementation (contrôle à l'entrée, etc.) sont les mêmes que ceux de la cartellisation, i.e. d'élever les prix au-dessus de leur niveau concurrentiel, le côté bénéfice de la théorie des cartels est également pertinent. Notons au passage que la théorie des cartels nous enseigne que les problèmes de maintenir un prix monopolistique sont en partie éliminés lorsque, d'une part, le nombre de professionnels dont les actions doivent être coordonnées est faible, et lorsque d'autre part, les intérêts de ces derniers sont voisins.

L'analyse des cartels est tout a fait pertinente au développement d'une théorie économique de la réglementation, mais elle n'est pas cette théorie. En effet, l'observation montre que des industries hautement concentrées sont actuellement moins sujettes à obtenir une réglementation favorable que des industries moins concentrées, inversant l'attente habituelle par rapport aux incidences de la cartellisation.

Il existe deux raisons pour lesquelles le modèle de la réglementation et celui de la cartellisation privée sont différents :

1) La demande de réglementation est plus grande dans les industries pour lesquelles la cartellisation privée est, ou bien irréalisable, ou bien très coûteuse - industries qui ne sont pas concentrées ou qui n'ont pas certaines caractéristiques favorables de la cartellisation.

2) Alors que la cartellisation est seulement le produit d'une entente entre les firmes, une réglementation favorable nécessite, en plus, l'intervention d'un processus politique. Certaines industries peuvent influencer ce processus à un coût moindre que d'autres et ces dernières peuvent ne pas être les industries qui peuvent se cartelliser à un faible coût. En particulier, cette dimension politique de la réglementation exige deux modifications à la théorie des cartels telle qu'appliquée à la réglementation.

   a) Chaque membre d'une industrie aura un intérêt à participer à une coalition recherchant une réglementation protectrice lorsqu'il y a une asymétrie importante parmi les positions des membres de l'industrie. Cette réglementation peut prendre plusieurs formes et le choix de la forme peut affecter différemment le bien-être de ses membres. Alors, il y a une incitation à chacun à participer au débat.

   b) Les composantes de l'influence politique peuvent être trouvées du côté offre du marché de la réglementation. Mais pour ce faire, l'on doit distinguer les formes distinctes des systèmes politiques. Nous allons en mentionner trois :

      1. système d'entrepreneurs : la législation favorable est vendue à ceux à qui elle rapporte le plus.
      2. système coercitif : la législation est donnée à ceux qui sont capables de créer le plus de désordres dans l'économie (ex. agriculteurs).
      3. système démocratique : la législation est accordée par le vote des représentants élus.

L'analyse précédente suggère que, quoique les caractéristiques qui prédisposent une industrie à une cartellisation rentable puissent aider à obtenir une réglementation favorable, il y a une caractéristique qui décourage la cartélisation, mais qui encourage la réglementation : c'est la nécessité d'obtenir la coopération d'un grand nombre de personnes pour créer et maintenir le cartel. Les grands groupes ont une puissance de vote, une plus grande asymétrie, et souvent accroissent leur demande pour une législation protectrice.

La théorie économique peut donc être utilisée pour expliquer pourquoi il existe des législations protectrices dans des domaines comme l'agriculture, le travail, etc., où la cartellisation serait difficilement réalisable. Toutefois cette théorie n'est pas encore capable de prédire les industries spécifiques où la réglementation devrait être trouvée, parce que cette théorie ne nous dit pas quel est le nombre de membres dans une coalition qui maximise la vraisemblance de cette dernière.

Il existe un cas pour lequel la théorie conduit à une prédiction vérifiable et sans équivoque : c'est le cas où le nombre de firmes dans l'industrie est faible, facilitant ainsi l'organisation de l'industrie pour des actions politiques efficaces, mais où le nombre d'employés est grand.

La théorie économique de la réglementation est encore trop spongieuse, de sorte que virtuellement toutes les observations sont reconciliables avec elle. Considérons, le paradoxe apparent que plusieurs industries réglementées sont, ou bien extrêmement atomistiques (comme l'agriculture), ou extrêmement concentrées (comme le téléphone). Les premières devraient rencontrer de substantiels problèmes de «free-rider», les secondes devraient avoir de faibles demandes pour la réglementation.

Une autre faiblesse de cette théorie est que, poussée à sa logique extrême, elle devient plutôt incroyable parce qu'elle exclut la possibilité qu'une société préoccupée de la possibilité que des groupes d'intérêt manipulent le processus politique en leur faveur puisse établir des institutions qui permettent à la véritable considération d'intérêt public d'influencer la formation de politiques économiques.

6.2.3 Théories de l'auto-réglementation[1]

(i) Introduction

Le marché des services professionnels est un marché fortement réglementé par des barrières à l'entrée et par d'autres instruments de réglementation, comme nous l'avons vu à plusieurs endroits dans le présent rapport. Toutefois, la réglementation des professions diffère sur plusieurs points de la réglementation qui a cours sur d'autres types de marchés, la différence la plus significative étant que les corporations professionnelles sont elles-mêmes leur propre organisme de réglementation. Cette situation serait nécessaire d'après certains, du fait de l'asymétrie d'information entre les professionnels et le public en général : seuls des spécialistes de la même discipline seraient en mesure d'évaluer la qualité des actes posés par leurs confrères.

Depuis plusieurs années, les économistes ont entrepris des études sur une grande variété de professions pour connaître jusqu'à quel point la réglementation profitait aux membres de ces dernières

---

1. Plusieurs points de cette sous-section sont tirés de l'article de B. Weingast, «Physicians, DNA Research Scientists, and the Market for Lemons», article paru dans Blair et Rubin (éd., 1980).

plutôt qu'aux consommateurs vus comme groupe. Une conclusion uniforme qui se dégage de ces études est que le permis de pratique sert de moyen pour limiter l'entrée dans la profession et partant, est vu comme le premier pas vers une cartellisation. Par contre, d'autres règles, comme l'interdiction de la concurrence par les prix, les longs apprentissages et l'absence de publicité, semblent avoir été édictées pour accroître la perception du maintien de la qualité ainsi que de son uniformité aux dépens de rentes plus importantes. Finalement, il est intéressant de noter une caractéristique particulière de l'auto-réglementation : l'importance des fonds engagés en publicité pour montrer que cette réglementation fournit des bénéfices au public consommateur.

Plusieurs modèles du processus politique ont été mis de l'avant pour expliquer les différences entre les objectifs présumés des corporations et les réalisations que l'on observe de l'auto-réglementation. Deux modèles sont particulièrement appropriés pour les marchés des services professionnels, le modèle de la protection du producteur et le modèle des phases politiques.

(ii) Théorie de la protection du producteur

Le modèle de la protection du producteur découle immédiatement de la théorie économique de la réglementation qui, nous l'avons vu dans la sous-section précédente, est très proche de la théorie des cartels. En d'autres termes, l'auto-réglementation n'aurait pour but que de créer un pouvoir de cartellisation chez les professionnels d'une même profession. Toutefois, cette approche est insatisfaisante puisque les corporations s'imposent des restrictions qui limitent ou même diminuent les rentes de leurs membres. Pour tenir compte de cette cartellisation imparfaite, Peltzman[1] a raffiné cette théorie en avançant l'idée que les

1. Peltzman, S., «Toward a More General Theory of Regulation», Journal of Law and Economics, 19 (1976).

décisions politiques ne correspondaient pas toujours aux intérêts du groupe le plus concentré puisque si tel était le cas, il y aurait danger que les groupes les plus importants en nombre réagissent négativement par rapport aux politiciens en place. Bien que cette réformulation soit intéressante à plusieurs points de vue, en particulier elle suggère que les intérêts des producteurs et ceux des consommateurs peuvent être simultanément sauvegardés, elle est toutefois sujette aux mêmes remarques que celles que nous faisions à propos de la théorie économique de la réglementation.

(iii) Théorie des phases politiques

Cette théorie généralise le modèle précédent en ce sens qu'au lieu de ne considérer que deux acteurs dans l'économie, les professionnels et les consommateurs, elle suppose que les décisions de politique économique sont le produit des législatures représentatives (ou d'un groupe de politiciens) et, qui plus est, de l'agrégation des préférences de ces législateurs. Les implications empiriques les plus importantes de ce modèle sont de deux types.

1) Plus les actes professionnels sont susceptibles d'avoir des conséquences sur le bien-être des consommateurs, plus les probabilités sont grandes de voir apparaître des restrictions qui dissiperont la rente.

2) Certaines (ou même la totalité) des restrictions qui dissipent la rente sont conformes à la raison d'être de la réglementation, i.e. éliminer l'asymétrie d'information entre les deux parties impliquées dans une transaction. Mais ces restrictions ne modifient qu'apparemment l'incertitude sur ces marchés, ou en d'autres termes, elles ne conduisent pas à de réelles améliorations; les restrictions ne font que transformer ou déguiser l'incertitude, plutôt que de l'éliminer.

La théorie des phases politiques montre donc que la stratégie optimale des professions n'est pas de maximiser leur rente, puisque ceci ne serait pas politiquement réalisable, mais bien plutôt de faire croire aux consommateurs qu'ils cherchent à maximiser leurs bénéfices, sous forme de services de qualité uniforme. Pour cette raison, les auteurs mentionnés précédemment concluent que «self-regulation becomes a case of symbolic politics, that is where the benefits are more apparent than real».

(iv) Conclusion

La conclusion que nous pouvons dégager de notre discussion de l'auto-réglementation est double. Premièrement, les solutions politiques aux défaillances de marché ne sont pas plus infaillibles, pour résoudre ces défaillances, que le marché laissé à lui-même, et cela pour la même raison, à savoir l'asymétrie d'information. Le marché politique conduit à d'autres types d'inefficacités. Deuxièmement, toute solution socialement optimale peut nécessiter l'existence de plus d'un organisme de réglementation, chacun ayant des objectifs différents; par exemple l'auto-réglementation pour la qualité des services combinée à une réglementation externe pour les comportements concurrentiels.

7. SYNTHÈSE ET RECOMMANDATIONS

7.1 Synthèse

Parmi les marchés de services professionnels, nous avons identifié les caractéristiques de ceux où les coûts de transaction sont élevés :

- le client est incapable d'évaluer les résultats ou la qualité des actes professionnels;
- le professionnel joue auprès de son client un rôle conseil;
- l'erreur ou la fraude pourraient infliger au client une épreuve personnelle;
- les coûts de l'information de marché sont élevés.

La théorie économique des marchés où l'information est coûteuse enseigne que l'existence de coûts de transaction élevés impose à la société une perte de bien-être. A ce problème d'efficacité s'ajoute le problème d'équité posé par les victimes de la malchance ou d'une mauvaise information. La protection du public consommateur, qui vise à régler ce problème d'équité, a aussi pour effet de réduire les coûts de transaction.

Toutefois, la réglementation qui veut assurer la protection du public a des effets secondaires indésirables. L'existence de tels effets est amplement documentée par les travaux empiriques que nous avons recensés. En outre, plusieurs de ces travaux, montrent qu'une partie de la réglementation mise en place au nom de la protection du public n'y contribue en rien. En particulier, il n'y a aucun fondement empirique à la prétention que la concurrence économique entre les professionnels, y compris l'utilisation de la publicité et la pratique commerciale, fasse baisser la qualité des services reçus par les consommateurs. Sur ce point, les résultats des recherches empiriques sont conformes à la théorie.

Nous avons comparé la réglementation des services professionnels à celle des services d'utilité publique et à celle du commerce des valeurs mobilières. On constate une similitude frappante des instruments réglementaires utilisés dans les trois secteurs. Selon nous, cette similitude s'explique par le fait que ces trois secteurs ont des caractéristiques communes. Et parmi celles-ci, la nature multidimensionnelle des services offerts est l'une des plus importantes. A cause de ces traits communs entre les trois secteurs, il nous paraît approprié d'étudier les expériences de déréglementation des services d'utilité publique et du commerce des valeurs mobilières, pour en tirer des enseignements applicables aux services professionnels.

Concernant l'éventuelle déréglementation d'un secteur d'activité, la question centrale est de savoir si les marchés y sont contestables. A propos des services professionnels, notre étude nous porte à conclure que les marchés de ce secteur ont en général beaucoup des caractéristiques des marchés contestables. Par conséquent, nous ne voyons aucun obstacle à la déréglementation des tarifs et de la publicité dans ce secteur, sous réserve que les institutions qui sont en place pour assurer la protection du public continuent à jouer leur rôle.

Mais la réforme de la réglementation, comme la réglementation elle-même, est le produit d'un processus politique. Or, la plupart des théories de la réglementation ou de l'auto-réglementation montrent que les institutions réglementaires de protection du public sont constamment en danger d'être détournées de leur fin expresse. Le processus de la réforme a donc autant d'importance que son contenu. Notre étude, cependant, ne nous permet pas de formuler des recommandations quant au processus.

7.2 Remarques complémentaires à propos de la répartition territoriale des services professionnels

Il n'entrait pas dans le mandat de notre étude d'analyser les services professionnels sous l'aspect de leur répartition territoriale. Néanmoins, il est bien connu que les conditions d'accès aux services professionnels ne sont pas uniformes d'une région à l'autre du Québec : certaines régions sont défavorisées quant à leurs effectifs professionnels (nombre de professionnels par millier d'habitants), quant aux prix des services, quant aux infrastructures, etc. Des voix se font entendre pour réclamer de l'État la suppression de ces disparités.

Du point de vue de l'analyse économique, l'existence de ces disparités n'a rien d'étonnant. Car en théorie économique, un bien (ou un service) se définit par trois caractéristiques, à savoir ses propriétés physiques, sont lieu de disponibilité et finalement le moment où le bien (ou le service) est disponible. Lorsqu'il s'agit d'un service professionnel plutôt que d'un bien physique la nature et la qualité du service jouent le même rôle que, pour un bien, ses propriétés physiques.

Ainsi, deux services professionnels qui sont identiques (par exemple un examen de la vue) du point de vue de leur nature et de leur qualité (que l'on suppose observable) seront néanmoins deux services différents s'ils sont offerts en des lieux différents (par exemple, Montréal et Gaspé) ou s'ils sont fournis en des temps différents. Il s'ensuit donc que les «marchés» (rencontre entre offre et demande) et les «prix» sont identifiés par les mêmes caractéristiques de temps et de lieu que les biens ou les services offerts. En conséquence, deux biens ou services qui, offerts en des lieux différents, sont des biens ou services différents n'auront donc pas nécessairement le même prix ou tarif;

en fait, leurs prix auront toutes les chances d'être différents. Ainsi, pour reprendre l'exemple de tout à l'heure, deux paires de lunettes qui ont les mêmes caractéristiques physiques pourront ne pas se vendre le même prix à Montréal et à Gaspé. Cette situation n'est pas plus paradoxale que pour les autres biens plus standard comme la viande, le lait, etc., qui se vendent à des prix différents dans des lieux différents.

Les disparités régionales sont donc le reflet des conditions différentes qui prévalent sur des marchés distincts. Dans le cas de certains services professionnels, on observe qu'à cause de leur préférence pour un style de vie plus urbain, les professionnels sont réticents à s'installer en région périphérique et qu'à revenu égal, ils choisiront plutôt de s'établir dans un grand centre. En outre, il se peut qu'à cause de l'étroitesse du marché et de coûts d'opération plus élevés, la rentabilité de l'activité professionnelle soit moins élevée, à tarif égal, dans les régions périphériques. En raison de ces facteurs, certaines régions seront donc défavorisées parce que l'offre de services professionnels par habitant y sera moindre. Si la demande de services par habitant est dans ces régions la même qu'ailleurs, le jeu de l'offre et de la demande produira les phénomènes suivants :

- prix plus élevés;
- pénuries (files d'attente);
- importation de services (les résidents des régions défavorisées iront dans les grands centres pour obtenir les services requis, prenant à leur charge les frais de déplacement que cela implique).

Voilà pourquoi il s'exerce des pressions politiques pour que l'État contribue à uniformiser entre les régions les conditions d'accès aux services professionnels. Mais ces revendications ne peuvent pas se discuter adéquatement en dehors du contexte d'une

politique globale à l'égard des régions. Or, cette question déborde largement le cadre du présent rapport. Tout au plus pouvons-nous poser quelques jalons de discussion.

Face aux disparités régionales, on peut distinguer deux pôles d'action politique. D'une part, une politique de développement régional vise l'amélioration des conditions économiques et sociales des régions moins favorisées et le maintien ou même l'accroissement de la population. D'autre part, une politique de migration encourage le déplacement de la population vers des régions plus prospères.

Dans les deux cas, l'État utilise son pouvoir de redistribution des richesses en faveur des habitants des régions moins développées. Si l'État adopte une politique de migration, il s'agira pour lui de prendre à sa charge une partie des coûts de transition auxquels font face les populations qui se déplacent. Si, comme c'est plus fréquemment le cas, l'État choisit une politique de développement régional, il cherchera à créer des conditions favorables à un décollage économique par l'encouragement à la création d'emplois, la mise en place d'infrastructures, etc. En principe, ces transferts de ressources, autant ceux qui visent le développement régional que ceux qui sont associés à une politique de migration, sont censés être temporaires. Dans la première hypothèse, cependant, compte tenu des limites de l'influence que peut avoir l'État sur les forces du marché, il arrive souvent que le décollage régional ne se produise pas. Alors, les transferts de richesse qui se voulaient transitoires ont tendance à se perpétuer : ou bien l'on juge que le dépeuplement des régions n'est pas souhaitable et que les problèmes de congestion urbaine s'en trouveraient dangeureusement aggravés, ou bien, plus simplement, le calcul politique l'emporte sur le clacul économique.

Il y a donc des choix fondamentaux qui sont préalables à toute décision politique quant à la répartition territoriale des services professionnels. Une fois faits ces choix fondamentaux, l'État peut opter pour l'une ou l'autre des stratégies suivantes : ou bien l'État s'abstient d'intervenir et laisse les forces du marché déterminer le «vrai» prix pour ces services, ou bien l'État favorise un certain interfinancement entre les régions, de sorte que les consommateurs dans les régions éloignées paient des tarifs inférieurs à ceux qu'ils devraient payer sans intervention gouvernementale.

Les implications de l'une et l'autre stratégie dépendent de l'ensemble de la politique de l'État à l'égard des régions. Toutefois, on peut dire que la première stratégie, celle du laissez-faire, serait plutôt associée à une politique de migration. En effet, pour les raisons évoquées plus haut, il est prévisible que, dans les régions périphériques, l'équilibre entre l'offre et la demande de services professionnels s'établirait à un prix plus élevé que dans les grands centres, et à un niveau de consommation per capita inférieur[1] : le prix plus élevé jouerait le rôle à la fois de prime d'éloignement pour les producteurs et d'instrument de rationnement vis-à-vis les consommateurs. A long terme, les disparités régionales de ce type sont susceptibles d'inciter la population des régions défavorisées à émigrer vers des régions plus prospères, toutes choses étant égales par ailleurs.

---

1. A cet «effet-prix» pourrait s'ajouter un «effet-revenu» : si le revenu moyen per capita est plus faible en région périphérique, la consommation per capita en général, et en particulier celle des services professionnels, sera plus faible. Évidemment, l'effet-revenu peut jouer en sens inverse, dans le cas d'une région éloignée qui connaît un «boom» économique et où le revenu moyen est plus élevé qu'ailleurs : tout le monde jouit d'une prime d'éloignement, comme à une certaine époque sur la Côte Nord.

Si l'État décide d'intervenir pour réduire les divergences dans l'accès aux services professionnels, il peut choisir la voie réglementaire et coercitive, ou la voie subventionnaire et incitative. Parmi les politiques réglementaires, on a préconisé de contingenter le nombre de professionnels dans les grands centres pour refouler les nouveaux professionnels vers les régions. Il n'est pas sûr toutefois que cette politique atteigne son objectif, parce qu'il est fort possible que la mobilité inter-professionnelle des étudiants en formation soit plus grande que leur mobilité géographique, et parce que les nouveaux professionnels pourraient être refoulés hors du Québec. En outre, cette politique de contingentement pose des problèmes d'équité : ce sont les professionnels «réquisitionnés» qui font principalement les frais du transfert en faveur des populations éloignées. Néanmoins, étant donné l'importante contribution de l'État à la formation des professionnels, universitaires en particulier[1], on pourrait envisager d'imposer aux nouveaux diplômés un «service civil» obligatoire, de durée limitée, en région.

Parmi les politiques subventionnaires, on peut distinguer celles qui favorisent l'importation de services et celles qui stimulent la production locale. Dans la première hypothèse, il s'agit simplement pour l'État de prendre à sa charge une partie des frais supplémentaires auxquels devraient faire face les résidents des régions éloignées pour aller dans les grands centres se procurer des services professionnels : remboursement de frais de déplacement, fourniture directe de services de transport ou de télécommunications, etc.

---

1. Notons en particulier que les coûts de formation en sciences de la santé sont bien plus élevés qu'ailleurs, alors que les frais de scolarité sont les mêmes.

Si, par ailleurs, l'État choisit de stimuler la production locale, il doit décider de la forme sous laquelle le subside sera versé aux professionnels, étant entendu implicitement que les professionnels n'acceptent de travailler dans ces régions que s'ils obtiennent une rémunération supérieure à celle de leurs confrères exerçant dans les grands centres. Le subside perçu peut prendre deux formes : ou bien l'ensemble des tarifs professionnels est réglementé dans ces régions, et en guise de compensation l'État verse aux professionnels un supplément de revenu forfaitaire en puisant à même ses revenus consolidés, ou bien l'État laisse les «vrais» prix s'établir pour ces services, et rembourse une partie des coûts directement aux consommateurs. Il n'est pas du tout évident que les conséquences financières et sociales soient les mêmes dans les deux formes de tarification. Nous avons toutefois tendance à favoriser la seconde solution, plus proche de la vérité des prix, puisque l'usager est rendu conscient du coût réel des services qu'il utilise. Nous reconnaissons cependant que cette solution comporte l'inconvénient que le gouvernement ne sait pas a priori quel sera le montant qu'il aura à débourser.

Mais tout ceci est bien loin de la théorie économique des transactions et de celle des marchés contestables. Voyons en terminant si l'approche développée dans le présent rapport peut contribuer à éclairer le débat sur la tarification régionale des services professionnels.

D'abord, nous pouvons réinterpréter les recommandations de notre rapport tenant compte de la dimension spatiale. Qu'en ressort-il ? Premièrement, il va de soi que la nature des transactions entre le professionnel et son client demeure inchangée, bien que l'on puisse s'imaginer que dans des centres relativement peu peuplés, ces relations soient plus étroites et

partant que l'information soit moins difficile à obtenir. Par contre, les conditions qui définissent un marché contestable risquent de ne plus se vérifier, soit parce qu'il y a une insuffisance de l'offre (i.e. de professionnels offrant le même service), soit parce que la dimension du marché fait qu'il est optimal qu'il n'y ait qu'un seul professionnel dans le secteur considéré. Dans les deux situations, la conséquence est la même, à savoir peu de chances que la concurrence potentielle puisse s'exercer et partant danger que le professionnel soit en situation de monopole. Cependant, ces deux situations appellent des correctifs différents. En effet, dans le premier cas, des incitations, précuniaires ou autres, pourraient combler cette insuffisance de l'offre. Dans le second cas, l'État, ou l'Office des professions, devrait veiller à ce que le monopoleur n'abuse pas de sa situation d'offreur unique d'un service; il suit donc qu'une bonne supérieure sur les tarifs devrait alors être appliquée.

Dans les pages qui précèdent, nous avons discuté du problème de l'accès aux services professionnels en région. Nous n'avons fait qu'effleurer la question. Nous espérons avoir montré que, pour être traité adéquatement, ce problème devrait faire l'objet d'une recherche en soi.

7.3 Recommandations

7.3.1 Une revue critique de la réglementation des marchés des services professionnels

Notre mandat porte sur la réglementation des honoraires professionnels. Mais nous croyons avoir montré que, sur chaque marché, la réglementation constitue un tout : il serait donc fallacieux d'analyser isolément la réglementation tarifaire.

La revue critique que nous proposons devrait en outre se faire marché par marché. En effet, lorsque nous avons analysé les besoins de protection des consommateurs, nous avons vu que ces besoins dépendaient des caractéristiques de la transaction : donc, ces besoins varient, non seulement selon la profession, mais selon le service[1] qui fait l'objet de la transaction, selon le type de client, etc. Par ailleurs, nous avons vu que les critères de contestabilité s'appliquent, non pas au groupe de producteurs qui constituent une industrie, mais au marché d'un bien ou service particulier[2]. En somme, l'Office devrait voir à protéger le public par la réglementation des marchés, plutôt que par celle des professions.

Ayant proposé cette approche marché par marché, nous serions bien malvenus de proposer un mode uniforme de réglementation. A la place, nous recommandons à l'Office d'appliquer à chaque marché un schéma d'analyse en trois points :

1) analyse des besoins de protection du public;

2) évaluation des coûts de la réglementation : coûts administratifs et effets secondaires;

---

1. Ou, plus exactement, selon le genre de service, les actes similaires pouvant être regroupés, aussi bien pour les fins de l'analyse que pour celles de la réglementation.
2. Ou groupe de services. Voir note 1.

3) examen critique de la relation entre la réglementation existante et les objectifs de protection du public.

L'analyse des besoins de protection du public a pour but d'identifier avec précision les mécanismes qui créent ces besoins et de décrire les bénéfices qu'on peut attendre de la réglementation. Les critères à retenir dans cette analyse sont énumérés au Tableau 1. Ces critères sont tirés de l'analyse des transactions et de la théorie des marchés contestables. Ils se rapprochent beaucoup de ceux de l'Article 25 du Code des professions, qui servent à déterminer s'il y a lieu de constituer un groupe de professionnels en corporation.

Le second point du schéma d'analyse est l'évaluation des coûts de la réglementation. Il ne fait aucun doute que l'Office, avec ses ressources limitées, est tout à fait conscient de ses propres coûts administratifs. A cela, il faut ajouter les frais de paperasserie et de représentation que doivent assumer les professionnels dont l'activité est réglementée. Mais on peut compter sur ces derniers pour se défendre eux-mêmes.

Ce sont donc les effets secondaires indésirables de la réglementation qui devraient faire l'objet de la plus grande attention. Les effets secondaires indésirables dont il s'agit sont tous les phénomènes qui diminuent l'accessibilité des services professionnels et, plus généralement, qui entraînent un gaspillage (une mauvaise allocation, disent les économistes) des ressources de la société[1]. Nos analyses théoriques et notre revue

---

1. Notons qu'accessibilité ne signifie pas gratuité : dans le présent contexte, l'accessibilité exige seulement que les services soient offerts à un prix qui reflète leur coût de production efficace.

Tableau 1

Critères d'analyse des besoins de protection du public par rapport à un service professionnel donné

A. Critères tirés de l'analyse des transactions

A.1 Le service professionnel en tant qu'acte

- Les résultats de l'acte professionnel sont-ils incertains ? Sont-ils difficiles à évaluer pour le client ?[1]

- La transaction porte-t-elle sur l'acte plutôt que sur ses résultats ? Si oui, la qualité de l'acte a-t-elle de l'importance ? La qualité de l'acte est-elle observable pour le client ou contrôlée par une tierce partie ?[1]

A.2 Le rôle conseil du professionnel

- Le savoir du professionnel est-il inaccessible au client ?[1]

- Le professionnel joue-t-il un rôle conseil ?

- Le professionnel est-il placé dans la position d'agent-producteur (voir 2.2.2 (ii)) ?

A.3 Le caractère personnel du service professionnel

- Quelle proportion de la clientèle est formée de personnes (plutôt que l'entreprises, d'institutions publiques, etc.) ? Parmi ces personnes quelle proportion peut-être considérée comme un public «averti» ?

- Le service touche-t-il à la personne, aux biens ou à l'environnement immédiat du client ? Une erreur ou une fraude pourraient-elles lui infliger une épreuve personnelle ?

- Est-il fréquent que le client soit en situation de détresse ?

- Le professionnel est-il dépositaire de renseignements confidentiels concernant le client ?

A.4 L'information de marché

- L'information de marché (prix et qualité) est-elle bien diffusée et accessible à tous ? En particulier, le consommateur peut-il obtenir par téléphone des renseignements utiles sur les prix ?[1]

- Le «cas» du client est-il unique (non standard) ou au contraire comparable au «cas» d'autres consommateurs, dont il pourrait alors partager l'expérience ?[1]

- Le client type recourt-il souvent au même service professionnel ? Peut-il accumuler ainsi de l'expérience de marché ?

B. Critères tirés de la théorie des marchés contestables

- Les concurrents potentiels sont-ils sur un pied d'égalité avec les producteurs déjà en place ? On*-ils accès à la même technologie ? La demande à laquelle ils font face est-elle la même ?

- Un nouveau concurrent doit-il faire face à des coûts irréversibles (dont sont exemptés les producteurs déjà implantés) ?

- Les producteurs en place peuvent-ils modifier leurs prix rapidement pour faire face à toute nouvelle concurrence ? Ou sont-ils au contraire incapables de s'ajuster assez vite pour empêcher le nouveau concurrent de s'accaparer une part de leur marché et de réaliser un profit ?

- En somme, les producteurs en place sont-ils vulnérable aux coups de main (hit-and-run attacks) de concurrents potentiels ?

---

1. Il est à noter que les réponses à ces questions peuvent être différentes, selon que le client est une personne ou une entreprise ou, dans le premier cas, selon qu'il s'agit d'une personne «avertie» ou non.

des travaux empiriques nous ont permis de débusquer plusieurs de ces effets secondaires indésirables. Mentionnons les suivants :

- pénurie relative de producteurs de services professionnels, à cause de barrières à l'entrée dans la profession, d'obstacles à la mobilité géographique, ou de l'attribution de champs d'exercice exclusif;

- hausse des coûts de production des services professionnels, à cause de restrictions directes sur les méthodes de production ou, indirectement, à cause des conséquences de la réglementation sur le volume de production réalisé;

- hausse des tarifs, à cause du relâchement de la concurrence entre producteurs, ou même grâce à des pratiques restrictives ayant pour but de créer des rentes de monopole.

Tous ces phénomènes se traduisent en fin de compte par une augmentation des prix, une baisse de la consommation de services professionnels, et une perte de bien-être pour la société.

Le troisième point du schéma d'analyse proposé est peut-être le plus important : l'examen critique de la relation entre la réglementation et les objectifs de protection du public. Il ne doit plus suffire, désormais, qu'une corporation professionnelle affirme qu'une mesure a pour but de protéger l'intérêt du public. Trop souvent, de telles affirmation non fondées servent de justification à des mesures dont les effets secondaires, abondamment documentés, favorisent les professionnels établis aux dépens des consommateurs et parfois des jeunes professionnels : nous avons relevé en particulier le cas de l'imposition d'un tarif minimum, et celui des restrictions quant à l'utilisation de la publicité. Au nom de ce même intérêt du

public qu'on dit vouloir protéger, l'Office doit donc exiger qu'il soit démontré que les mesures réglementaires atteignent bien leur objectifs prétendus. Le fardeau de la preuve doit reposer sur ceux qui veulent s'abriter sous le parapluie de la réglementation.

7.3.2 Le noeud qualité-prix : une prise de position en faveur de la concurrence

Lorsque la qualité est facilement observable, la relation entre prix et qualité est fort simple : une qualité supérieure implique des coûts de production plus élevés et, par le jeu de l'offre et de la demande, un prix plus élevé (à quantité égale).

En général, on observe aussi qu'il se vend des produits de qualités diverses[1]. Ainsi, le consommateur peut ajuster ses achats, et en qualité et en quantité, selon ses goûts et son budget. Il s'ensuit en particulier que, si le marché n'offre que des produits de très haute qualité, il y a des consommateurs qui n'atteindront pas le même degré de satisfaction que s'ils avaient pu se procurer à meilleur compte des produits de qualité acceptable, mais moindre.

Dans les débats publics sur la qualité des services professionnels, on a parfois l'impression qu'il n'existe que deux niveau de qualité : excellente et inadmissible. C'est une erreur.

---

1. Apparentée à la question de la qualité des produits en équilibre de marché, il y a celle de la variété des produits, qui est issue de la «nouvelle» théorie de la consommation de Lancaster (1975). La différence entre les deux questions, c'est que la qualité définit entre les biens un ordre de préférence généralement admis, alors que, devant une variété de produits d'une même famille, l'ordre de préférence dépend des goûts. Voir Wiggins et Lane (1983), dont il est question en 2.3.

Il est bien vrai qu'à cause de l'irréversibilité de certains actes professionnels (voir 2.2.2 (iii)), il y a un niveau de qualité minimum en-deçà duquel l'acte devient nuisible au client. Soit. Mais, par exemple, ne vaut-il pas mieux avoir des lunettes imparfaitement ajustées que de n'en pas avoir du tout ?
L'exemple des lunettes est intéressant parce, dans ce cas, le confort du client est généralement un bon indicateur de la qualité de l'ajustement. Mais là où il se pose un véritable problème de protection du public, c'est, comme nous l'avons vu, lorsque la qualité n'est pas facilement observable par le consommateur.

Or, le maintien de la qualité est souvent invoqué comme motif pour réglementer les honoraires professionnels, et en particulier pour imposer un tarif minimum[1]. D'ailleurs, l'analyse d'Akerlof (1970) et de Leland (1979) (voir ci-haut 2.3) semblerait confirmer ce point de vue : lorsque la qualité est invisible, le prix d'équilibre qui s'établit est généralement trop bas pour retenir la qualité supérieure.

Mais s'il est vrai que l'imposition d'un tarif minimum permet aux professionnels qui dispensent des services de qualité de se maintenir, ce mécanisme ne chasse pas les médiocres et ne force personne à produire de la qualité. L'imposition d'un tarif minimum ne garantit en rien la qualité des services.

S'il se trouve que certains aspects secondaires de la qualité sont particulièrement «visibles», il se peut même que l'imposition d'un tarif minimum entraîne une surenchère de ce qu'on pourrait appeler la qualité frivole. On a observé le phénomène dans le transport aérien aux États-Unis, avant la déréglementation. Faute d'avoir le droit de se faire concurrence sur les prix, les sociétés

---

1. Nous avons déjà vu, au chapitre 3, que ce type de réglementation avait tendance à créer des rentes de monopole.

d'aviation se sont lancées dans la course aux «extras» : la compagnie Delta, entre autres, s'est rendue célèbre par ses «champagne flights to Florida» ! Évidemment, ce n'est pas demain qu'on sablera le champagne dans les antichambres des notaires, mais les services professionnels ne sont pas nécessairement à l'abri de ce genre de distorsion.

Ce n'est donc pas l'imposition d'un tarif minimum qui peut garantir la qualité des services. Il faut recourir pour cela à d'autres mesures : veiller à la compétence et à l'intégrité des professionnels, créer des mécanismes d'évaluation, susciter un public plus averti par l'éducation, faciliter la circulation de l'information, édicter des normes de pratique professionnelle, etc.

L'important, c'est que sans ces autres mesures, la qualité n'est pas garantie. Et si ces autres mesures sont efficaces l'imposition d'un tarif minimum est inutile.

Mais sans tarif minimum, la concurrence ne va-t-elle pas mener à la ruine les professionnels consciencieux ? Nous allons voir que non.

Il n'y a pas lieu de refaire ici un cours de principes d'économie. Rappelons seulement que, sur un marché concurrentiel, le prix d'équilibre gravite vers le coût de production d'un producteur efficace. Cette conclusion s'applique aussi bien aux services professionnels : la concurrence amènerait leur prix au niveau de leur coût de production. Peut-on espérer un prix qui soit plus «juste et raisonnable»[1] ?

---

1. On peut d'ailleurs montrer que tout autre prix entraînerait un gaspillage des ressources de la société.

Il faut noter que les «coûts de production» comprennent un rendement normal sur le capital humain, c'est-à-dire sur les années d'études et d'expérience de pratique que le professionnel a accumulées (son investissement). Les travaux empiriques de Freeman (1975 et 1976) ont bien montré que, dans au moins deux professions (avocats et ingénieurs), les inscriptions universitaires s'ajustaient en fonction de la rentabilité et qu'en conséquence, le nombre de professionnels fluctuait dans le même sens avec un retard de trois à cinq ans. C'est précisément ce mécanisme qui pousse le prix vers le coût de production.

Ainsi, une fois garantie une qualité convenable des services professionnels, la concurrence[1] serait la meilleure protection du public, tout en laissant aux professionnels une rémunération juste.

En conséquence, nous recommandons que les honoraires professionnels en pratique privée soient déterminés par le libre jeu des marchés. Les corporations professionnelles devraient perdre leur privilège d'imposer des tarifs minimums ou même d'édicter des tarifs «suggérés», ces derniers ayant tendance à devenir de facto des tarifs minimums. Les pratiques restrictives sur les marchés des services professionnels devraient tomber sous le coup de la Loi fédérale relative aux enquêtes sur les coalitions.

7.3.3. Recommandations particulières

Nous sommes confiants que l'Office partage notre opinion en faveur de la concurrence sur les marchés de services professionnels. Comme conséquence immédiate de cette position, nous recommandons

---

1. Ou plus généralement, la contestabilité.

que, dans sa revue de la réglementation, l'Office se préoccupe de créer, de rétablir ou de maintenir les conditions nécessaires au libre jeu de la concurrence et, parmi celles ci, la libre circulation de l'information du marché. Or, la publicité, et surtout la publicité sur les prix, est un véhicule puissant et efficace. Donc, nous recommandons que soit retiré aux corporations professionnelles le privilège d'interdire ou de réglementer l'utilisation de la publicité par leurs membres. La publicité faite par des professionnels, comme toute autre publicité, tombera sous le coup de la Loi québécoise de protection du consommateur, ainsi que de la partie qui concerne la publicité frauduleuse dans la Loi fédérale relative aux enquêtes sur les coalitions (art. 36 et 37).

Notre prise de position en faveur de la concurrence joue dans les deux sens. Aussi croyons-nous que l'Office devrait s'abstenir d'imposer des tarifs maximums, sauf dans les cas où l'on peut démontrer que le marché n'est pas contestable. Parmi les marchés de services professionnels en pratique privée, nous croyons que les marchés non contestables sont rares, pour ne pas dire inexistants. L'Office doit cependant veiller au maintien des conditions de contestabilité.

Parmi les principaux obstacles à la contestabilité se trouve le droit d'exercice exclusif que la loi accorde à certaines professions. En procédant marché par marché dans sa revue de la réglementation, nous recommandons que l'Office examine la possibilité d'un rétrécissement sélectif des champs d'exercice exclusif, afin de rendre au domaine des marchés contestables les services pour lesquels l'exercice exclusif n'est pas nécessaire à la protection du public.

Inversement, l'Office devra résister aux pressions qui ne manqueront pas de s'exercer en faveur de l'élargissement des champs d'exercice exclusif. En effet, les nouvelles technologies, et singulièrement la micro-informatique, donnent naissance à de nouvelles activités qui ouvrent à la contestation des segments de marché jusque là protégés. Dans les services financiers, par exemple, on assiste à la création de marchés distincts pour des services qui étaient auparavant liés : les services conseil et les services d'exécution de transactions. Nous recommandons que l'Office adopte une attitude favorable à l'innovation, sauf lorsqu'il sera démontré qu'une innovation constitue une menace pour le public consommateur.

Concernant l'innovation technologique, nous prévoyons qu'elle apportera, au cours des années qui viennent, des changements considérables dans les conditions de marché et dans les besoins de protection du public. Nous recommandons que l'Office entreprenne une étude de l'impact des nouvelles technologies sur les marchés des services professionnels.

Il faudrait être naïf pour croire que l'Office, s'il tente d'appliquer nos recommandations, ne se heurtera pas à la résistance bien organisée du lobby politique des professions. C'est pourquoi, advenant qu'il soit politiquement impraticable de déréglementer les honoraires professionnels, nous recommanderions que l'Office institue des audiences publiques périodiques où seront entendus les représentants du public et où les corporations auront à se justifier devant la population. Ces audiences devraient porter à la fois sur les tarifs eux-mêmes, et sur le principe de la réglementation des tarifs. Bien entendu, la déréglementation pure et simple, moins coûteuse et plus efficace, serait préférable à la tenue d'audiences publiques.

Enfin, nous tenons à souligner que nous sommes parfaitement conscients des problèmes de passage que peut poser la réforme de la réglementation des marchés de services professionnels. Comme toute réforme, celle-ci exigera de la part des personnes touchées un effort d'adaptation. Certains professionnels producteurs pourraient éprouver des difficultés financières. On verrait aussi une restructuration des tarifs, à cause de l'élimination de l'interfinancement : certains groupes de consommateurs pourraient y perdre des avantages. C'est pourquoi le rythme d'application de la réforme ne doit pas être trop brutal; il faut aussi prévoir des mesures de transition.

En résumé, ce que nous recommandons, c'est que l'Office prenne dès maintenant le parti de la concurrence, tout en se montrant prudent dans le choix des modalités de la réforme, mais sans se laisser détourner ou indûment retarder dans la poursuite de ses objectifs de protection du public et d'accessibilité des services professionnels.

Références

AKERLOFF, G.A., «The Market for Lemons : Qualitative Uncertainly and the Market Mechanism», QJE, 84, 8/70, 488-500.

ALCHIAN, A.A. et H. DEMSETZ, «Production, Information Costs and Economic Orqanization», AER, 62 (5), 12/72, 777-795

ARNOULD, R.J. and J.M. CORLEY, «Fee Schedules Should Be Abolished», ABAJ, 57 (7), 7/71, 655-662.

ARNOULD, R.J. et D. EISENSTADT, «The Effects of Medical Society Control of Blue Shield on Fees in The Physician Service Market. Some Preliminary Evidence», Quart. Rev. of Ec. & Bus., 22 (1), Sp/82, 32-44.

ARNOULD, R.J., et T.S. FRIEDLAND, «The Effect of Fee Schedules on The Legal Services Industry», J. Hum. Res, 12 (2), Sp/77, 258-265.

BAILEY, E., «Contestability and the Design of Regulatory and Antitrust Policy», AER, 71 (2), 5/81, 178-183.

BAILEY, E. et A. FRIEDLAENDER, «Market Structure and Multiproduct Industries», JEL, 20 (3), 9/82, 1024-1048.

BARTLETT, R., «Property Rights and the Pricing of Real Estate Brokerage», J. Ind. Ec., 30 (1), 9/81, 79-94.

BAUMOL, W., «Contestable Markets : An Uprising in the Theory of Industry», AER, 72 (1), 3/82, 1-15.

BAUMOL, W., J. PANZAR et R. WILLIG, Contestable Markets and the Theory of Industry Structure, Harcourt Brace Jovanovich, 1982.

BEALES, J.H. III, «The Economics of Regulating the Professions», Chap. 7, p. 125-142 in : Blair et Rubin (éd., 1980).

BECKER, Gary, «A Theory of the Allocation of Time», EJ, 75 (299), 9/65.

BENHAM, L., «The Effect of Advertising on The Price of Eye-Glasses», JLE, 15 (2), 10/72, 337-353.

BENHAM, L. et A. BENHAM, «Regulating through the Professions : A Perspective on Information Control», JLE, 18 (2), 10/75, 421-447.

BENHAM, L., A. MAURIZI et M.N. REDER, «Migration, Location and Remuneration of Medical Personnel : Physicians and Dentists», REStat, 50 (3), 8/68, 962-827.

BLAIR, R.D. et D.L. KASERMAN, «Preservation of Quality and Sanctions Within The Professions», Chap. 9, p. 185-198, in : Blair et Rubin (éd. 1980).

BLAIR, R.D. et S. RUBIN (éd.), Regulating The Professions : a Public-Policy Symposium, Lexington, 1980.

BOND, R.S., J.E. KWOKA, J.J. PHELAN, I.T. WHITTEN, Effects of Restrictions on Advertising and Commercial Practice in the Professions : the Case of Optometry, Economic Report prepared by The Bureau of Economics of The Federal Trade Commission, Sept. 1980.

BROWN, D., M. FELDSTEIN et H. LAPAN, «The Rising Price of Physicians' Services : A Clarification», REStat, 56 (3), 8/74, 396-398.

BROWN, D.M. et H.E. LAPAN, «The Rising Price of Physicians' Services : A Comment», REStat, 54 (1), 2/72, 101-105.

CADY, J.F., Restricted Advertising and Competition : The Case of Retail Drugs, Washington, D.C. : American Enterprise Institute, 3/76 (1976a).

CADY, J.F., «Advertising Retrictions and Retail Prices», J. of Advert. Research, 16 (5), 10/76, 27-30 (1976b)

CADY, J.F., «An Estimate of the Price Effects of Restrictions on Drug Price Advertising», Ec. Inq., 14 (4), 12/76, 493-510 (1976c).

CAROLL, S.L. et R.J. GASTON, «Occupational Restriction and The Quality of Service Received : Some Evidence», SEJ, 47 (4), 4/81, 959-976.

CARVER, M.R. Jr., T.E. KING et W.A. LABEL, «Clients' Views of the Consequences of Advertising by Accountants», J. Acctncy, 148 (3), 9/79, 113-115.

CHAN, Y.-S et H. LELAND, «Prices and Qualities in Markets with Costly Information», REStud, 49 (4), 10/82, 499-516.

COASE, R.H., «The Market for Goods and The Market for Ideas», AER, 64 (2), 5/74, 384-391.

COMANOR, W.S. et T.A. WILSON, «Advertising and Competition : A Survey», JEL, 17 (2), 6/79, 453-476.

CONSEIL ÉCONOMIQUE DU CANADA, Pour une réforme de la réglementation, Ministère des Approvisionnements et Services, Ottawa, 1981.

COX, S.R., A.C. DeSERPA et W.E. CANBY Jr., «Consumer Information and the Pricing of Legal Services», J. Ind. Ec., 30 (3), 3/82, 305-318.

CROCKETT, J.H., «Competition and Efficiency in Transacting : The Case of Residential Real Estate Brokerage», Amer. Real Est. & Urb. Ec. J., 10 (2), Su/82, 209-227.

DANOS, P. et J.W. EICHENSEHER, «Audit Industry Dynamics : Factors Affecting change in Client-Industry Market Shares», J. Acctng Res., 20 (2), A/82, Part II, 604-616.

DARBY, M.R. et D. KARNI, «Free Competition and the Optimal Amount of Fraud», JLE, 16 (1), 4/73, 67-88.

DeANGELO, L.E., «Auditor Size and Audit Quality», J. Acctng & Ec., 3 (3), 12/81, 183-199.

DEMSETZ, W., «Barriers to Entry», AER, 72 (1), 3/82, 47-57.

DEMSETZ, H., «Why Regulate Utilities ?», JLE, 11 (1), 4/68, 55-65.

DeVANY, A.S., W.L. GRAMM, T.R. SAVING et C.M. SMITHSON, «The Impact of Input Regulation : The Case of The U.S. Dental Industry», JLE, 25 (2), 10/82, 367-381.

ELZINGA, K.G., «The Compass of Competition for Professional Services», Chap. 6, p. 107-123 in : Blair et Rubin (éd. 1980).

EVANS, R.G. et W.T. STANBURY, Occupational Regulation in Canada, University of B.C., Fac. of Law, Law and Economics Workshop Series WS III-17, April 1981.

FELDMAN, R. et J.W. BEGUN, «The Effects of Avertising - Lessons from Optometry», J. Hum. Res., 13 (suppl.), 1978, 247-262.

FELDSTEIN, M.S., «The Rising Price of Physicians' Services», REStat, 52 (2), 5/69, 121-133.

FRECH, H.E. III et P.B. GINSBERG, «Physician Pricing : Monopolistic or Competitive : Comment», SEJ, 38 (4), 4/72, 573-577.

FREEMAN, R.B., «Legal 'Cobwebs', A Recursive Model of the Market for New Lawyers», REStat, 57 (2), 5/75, 171-179.

FREEMAN, R.B., «A Cobweb Model of the Supply and Starting Salary of New Engineers», Ind. Lab. Rel. Rev., 29 (2), 1/76, 236-248.

FRIEDLAND, T.S., «Geographic Mobility in the Legal Services Industry», SEJ, 42 (1), 7/75, 141-144.

FRIEDMAN, M. et S. KUZNETS, Income from Independent Professional Practice, NBER, N.Y., 1945.

GALCHUS, K.E., D.Y. HSU et O.F. HARRIS Jr., «A Model of the Law Firm : Comment», SEJ, 46 (3), 1/80, 937-940.

GAGNON, J.-M. et N. KNOURY, La réglementation du marché des capitaux, Gaétan Morin, 1979.

HIRSCHLEIFER, J. et J.G. RILEY, «The Analytics of Uncertainty and Information - An Expository Survey», JEL, 17 (4), 12/79, 1375-1421.

HOLEN, A., «Effects of Professionnal Licensing Arrangements on Interstate Mobility and Resource Allocation», JPE, 73 (5), 10/65, 492-498.

HOROWITZ, I., «The Economic Foundations of Self-Regulation in the Professions», Chap. 1, p. 3-28 in : Blair et Rubin (éd., 1980).

JOSKOW, P.L. et R.G. NOLL, «Regulation in Theory and Practice : An Overview», So. Sci. Wrk. Pap. 213, Calif. Inst. of Tech., Div. Humanities & So. Sci., 5/78.

KANE, E.J., «Technological and Regulatory Forces in the Developing Fusion of Financial Services competition», NBER, déc. 1983.

KESSEL, R.A., «Prices Discrimination in Medicine», JLE, 1, 10/58, 20-53.

KLEINER, M.M., R.S. GAY et K. GREEN, «Barriers to Labor Migration : The Case of Occupational Licensing», Ind. Rel., 21 (3), F/82, 383-391.

KUSHMAN, J.E. et R.M. SCHEFFLER, «Pricing Health Services : Verification of a Monopoly Pricing Model for Dentistry», J. Hum. Res., 13 (3), Su/78, 402-415.

KWON, J.K., «A Model of the Law Firm», SEJ, 45 (1), 7/78, 63-74.

KWON, J.K., «A Model of the Law Firm : Reply», SEJ, 48 (1), 7/81, 231-234.

LANCASTER, Kevin, «Socially Optimal Product Differentiation», AER, 65 (4), 9/75, 567-585.

LAPLANTE, L. et F. SAUVAGEAU, «La libéralisation de la publcité sur les services professionnels : le pour et le contre», étude réalisée pour l'Office des professions du Québec, coll. «Études» du Dép. d'information et de communication de l'Université Laval, 1982.

LATHAM, R.J. et M.C. SCHECHTER, «The Price Structure of the Legal Services Industry : Minimum Fee Schedules and Price Discrimination», Antitrust Bul., 24 (1), 5p/79, 43-62.

LEAL, H.A., «The Regulation of the Professions : The Professionnal Organizations Commitee of the Attorney General of Ontario» in : The Professions, Special Lectures of the Law Society of Upper Canada, Toronto : Richard de Boo, 1977.

LEFFLER, K., «Physician Licensure : Competition and Monopoly in American Medicine», JLE, 21 (1), 4/78, 165-186.

LEIBOWITZ, A. et R. TOLLISON, «Free Riding, Shirking and Team Production in Legal Partnerships», Ec. Inq., 18 (3) 7/80, 380-394.

LELAND, H.E., «Quacks, Lemons and Licensing : A Theory of Minimum Quality Standards», JPE, 87 (6), 12/79, 1328-1346.

McCARTHY, E., M. FINKEL et A. KAMONS, «Second Opinion Surgical Programs : A Vehicle for Cost Containment», Paper pres. at the Amer. Med. Assn's Commission on the Cost of Medical Care, March 1977.

MACKINTOSH, D.R. et S. FREY, «The Prices of Presciption Eyeglasses Under Advertising Restraints», J. Consumer Aff., 12 (2), W/78, 323-332.

MAURIZI, A., «Occupational Licensing and The Public Interest», JPE, 82 (2), Part II, 3-4/74, 399- .

MURIS, T.J. et F.S. McCHESNEY, «Advertising and the Price and Quality of Legal Services : The Case for Legal Clinics», Am. Bar. Found. Res. J., 179 (1), 1979, 179-207.

MUZONDO, T.R. et B. PAZDERKA, «Occupational Licensing and Professional Incomes in Canada», CJE, 13 (4), 11/80, 659-667.

MUZONDO, T.R. et B. PAZDERKA, Réglementation professionnelle et politique de concurrence : effets de la réglementation sur les disparités de revenu et de rendement, Monographie de recherche no 5, Direction de la recherche, Bureau de la politique de concurrence, ministère de la Consommation et des Corporations, Ottawa, avril 1979.

NATIONAL BUREAU OF ECONOMIC RESEARCH, Conference on «The Economics of Physician and Patient Behavior», J. Hum. Res., 13 (Suppl.), 1978.

NELSON, P., «Advertising as Information», JPE, 82 (4), 7-8/74, 729-754.

NEWHOUSE, J.P., «A Model of Physician Pricing», SEJ, 37 (2), 10/70, 174-183.

NEWHOUSE, J.P., «The Economics of Group Practice», J. Hum. Res., 8 (1), W/73, 37-56.

NEWHOUSE, J.P. et F. SLOAN, «Physician Pricing : Monopolistic or Competitive : Reply», SEJ, 38 (4), 4/72, 577-580.

NEWHOUSE, J.P., A.P. WILLIAMS, B.W. BENNETT et W.B. SCHWARTZ, «Does the Geographical Distribution of Physicians Reflect Market Failure ?», Bell J., 13 (2), A/82, 493-505.

OFFICE DES PROFESSIONS DU QUÉBEC, La réglementation des honoraires professionnels dans la pratique privée, Rapport soumis au Ministre, Québec, juin 1977.

OFFICE DES PROFESSIONS DU QUÉBEC, La publicité sur les services professionnels, Actes du colloque tenu à Québec les 16 et 17 novembre 1982, Coll. «Documents d'information», Québec, mars 1983.

PASHIGIAN, B.P., «The Market for Lawyers : The Determinants of The Demand for and Supply of Lawyers», JLE, 20 (1), 4/77, 53-85.

PASHIGIAN, B.P., «Occupational Licensing and The Interstate Mobility of Professionals», JLE, 22 (1), 4/79, 1-25.

PAUL, C.W. III, «Competition in the Medical Profession : An Application of the Economic Theory of Regulation», SEJ, 48 (3), 1/82, 559-569.

PEARCE, R.G., P.W. SHEA et J.W. STEMPEL III, «An Assessment of Alternative Strategies for Increasing Access to Legal Services», Yale Law J., 90 (1), 11/80, 122-164.

PELTZMAN, S., «Toward a More General Theory of Regulation», JLE, 19 (2), 8/76, 211-240.

PHILLIPS, L. et R. KYLE III, «Airline Deregulation : Did Economists Promise Too much or Too Little ?», Office of Industry Policy, Dec. 1983.

POSNER, R.A., «Theories of Economic Regulation», Bell J., 5 (2), A/74, 335-359.

PROULX, P.-P. et al., La tarification professionnelle dans le contexte de la pratique privée, Univ. de Montréal, C.R.D.E., déc. 1974.

QUÉBEC (Province), Code des professions, 14 février 1983, Éditeur officiel, 1983.

ROLPH, J.E., «Some Statistical Evidence on Merit Rating in Medical Malpractice Insurance», J. Risk & Ins., 48 (2), 6/81, 247-260.

ROTHMAN, R.A., «Problems of Knowledge and Obsolescence among Professionals : A Case Study in Dentistry», So. Sci. Quart., 55 (3), 12/74, 743-752.

ROTHSCHILD, M., «Models of Market Organization With Imperfect Information : A Survey», JPE, 81 (6), 11-12/73, 1283-1308.

SAINT-PIERRE, J., «Les taux de commission sur les transactions boursières au Canada : Acte II», Actualité économique, 59 (2), 6/83, 350-372.

SAMUELS, W.J., «The Evolving Institution of Legal Services», Nebr. J. Ec. & Bus., 19 (4), A/80, 3-15.

SCHMALENSEE, R., «A Model of Advertising and Product Quality», JPE, 86 (3), 6/78, 485-503.

SHAKED, A. et J. SUTTON, «The Self-Regulating Profession», REStud, 48 (2), 4/81, 217-234.

SHEPARD, L., «Licensing Restrictions and the Cost of Dental Care», JLE, 21 (1), 4/78, 187-201.

SISK, D.E., «A Model of the Law Firm : Comment», SEJ, 48 (1), 7/81, 227-230.

SMITH, J.K. et S.R. COX, «The Pricing of Legal Services : A Market Solution to the Problem of Bilateral Opportunism», Arizona State University, Coll. of Bus. Admin., Dept. of Ec., Bureau of Business and Ec. Res., Work. pap. EC-82/83-26 (à venir dans J. Legal Stud., 1/85).

STEINWALD, B. et F.A. SLOAN, «Determinants of Physicians' Fees», J. Bus., 47 (4), 10/74, 493-511.

STEM, D.E. et D.L. SISSON, «Media and Price Disclosure Effects in Legal Advertising», J. Contemp. Bus., 7 (4), F/78, 149-164.

STIGLER, G.J., «The Economics of Information», JPE, 69, 6/61, 213-225.

STIGLER, G.T., «The Theory of Economic Regulation», Bell J., 2 (1), Sp/71, 3-21.

UNITED STATES SENATE, FTC Activities Concerning Professionnals, Hearings before The Subcommittee for Consumers, Committee on Commerce, Science and Transportation, 97th Congress, 1st Session, July 15-17, 1981, Serial No. 97-59, Gov't Printing Office, Washington, 1981.

WAVERMAN, L., «The New Competition Policy and Regulated Industry in Canada», Chap. 5, p. 375-392 in R.S. PRICHARD, W.T. STANBURY et T.A. WILSON (éd.), Canadian Competition Policy : Essays in Law and Economics, Butterworths, 1979.

WEINGAST, B.R., «Physicians, DNA Research Scientists and The Market for Lemons», Chap. 4, p. 81-96 in Blair et Rubin (éd., 1980).

WHITE, W.D. et T.R. MARMOR, «New Occupations, Old Demands : The Public Regulation of Paraprofessionals», J. Pol. Anal. & Mgmt., 1 (2), W/82, 243-256.

WIGGINS, S.N. et W.J. LANE, «Quality Uncertainty, Search and Advertising», AER, 73 (5), 12/83, 881-894.

WILLIAMSON, O.E., Markets and Hierarchies, Free Press, New York, 1975.

WILLIAMSON, O.E., «Transaction-Cost Economics : The Governance of Contractual Relations», JLE, 22 (2), 10/79, 233-261.

WOODS, W.C., «Pricing Behavior of Attorneys in Northern Virginia after 'Goldfarb'», Amer. Economist, 22 (2), F/78, 56-60.

Achevé d'imprimer à
Québec en septembre 1984, sur
les presses du Service des impressions en régie
du Ministère des Communications
du Québec

Après avoir tenté d'appliquer au marché des services professionnels ce que Williamson appelle les «dimensions critiques pour la description des relations contractuelles», les auteurs analysent la légitimité de la réglementation des services professionnels par rapport à la protection du public, concernant particulièrement la tarification des honoraires professionnels. Par un survol de la littérature récente, ils tentent de vérifier jusqu'à quel point les études empiriques dans ce domaine confirment la théorie économique. Ensuite, après avoir comparé la réglementation dans trois secteurs d'activités: les services professionnels, les services d'utilité publique et le commerce des valeurs mobilières, ils tentent d'appliquer aux services professionnels le concept de marché contestable, dans une perspective de déréglementation. Suite à cette démarche, ils nous proposent une nouvelle approche réglementaire à l'égard des services professionnels plus conforme à un objectif de protection du public.

Office des professions
du Québec